

3rd INTERNATIONAL EMI ENTREPRENEURSHIP SOCIAL SCIENCES CONGRESS

28-30 June 2019 - LEFKOSA / TRNC

ABSTRACT BOOK

LEFKOSA

www.emissc.org





3. International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress

ABSTRACT E-BOOK

28-30 June 2019 - LEFKOSA

Editors:

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

Edited by:

Dilkur Academy

ISBN: 978 – 605 – 81563 – 3 – 3

PRESENTATION

Cyprus Social Sciences University, Nisantasi University, Kazakhstan Yessenov University, Bolu Abant İzzet Baysal University, Ankara Social Sciences University, Çanakkale Onsekiz Mart University, Selçuk University and Dilkur Academy served as the vehicle of dissemination for a showpiece of arts and articles at the **3rd International EMI Entrepreneurship and Social Science Conference (EMISSC 2019 Lefkosa)** that was held in the City of **Lefkosa/T.R.N.C.** on June 28–30, 2019. EMISSC 2019 and forth coming meetings aim to provide a platform for discussing the issues, challenges, opportunities and findings of **Entrepreneurship and Social Science** research. The organizing committee with feedback from the Division Chairs and the members of the **scientific committee** foresaw an opportunity and research gap in the conference theme, that pitches for pressing issues in the business world. We hope that EMISSC 2019 and forth coming meetings will push the boundaries of what business schools do, and how we can better connect with the social sciences.

It is a great privilege for us to present the proceedings of EMISSC 2019 Lefkosa to the authors and delegates of the event. We hope that you will find it useful, exciting and inspiring. The number of submitted manuscripts was Canada, England, Kyrgyzstan, Kazakhstan, Saudi Arabia, Romania and TRNC. Alas, several manuscripts from prestigious institutions could not be accepted due to the reviewing outcomes and our capacity constraints. The 3-day long event gathered close to 220 national and international attendees to enliven a constellation of contributions. Keynote lectures by renowned colleagues (Prof. Dr. **Cem TANOVA**, Prof. Dr. **Asım SALDAMLI**, Prof. Dr. **Mustafa SAĞSAN**, Prof. Dr. **Okan Veli ŞAFAKLI**, Assoc. Prof. Dr. **Erdoğan EKİZ**, Assoc. Prof. Dr. **Aril CANSEL**, Assoc. Prof. Dr. **Dababrata CHOWDHURY**, Dr. **A. Mohammed ABUBAKAR**, Dr. **Dumitru GOLDBACH**), 20 awards were issued to distinguished papers, and a total of **158 oral presentations** and **35 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 Cyprus Social Sciences 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

Chairman of EMI Congress

A Special Thanks To...

Prof. Dr. Ahmet Cevat ACAR, President of TÜBA

Prof. Dr. Tayyip Sabri ERDİL, Deputy Minister, Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs

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

Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU, Rector, Nişantaşı University

Prof. Dr. Ünal AY, Rector, Çağ University

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

Prof. Dr. Sedat MURAT, Vice Rector, İstanbul University

Prof. Dr. Asım SALDAMLI, Vice Rector, Nişantaşı University

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

Prof. Dr. Ahmet AY, Dean, Selçuk University

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

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

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

Prof. Dr. Yavuz DEMİREL, Dean, Kastamonu University

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

Prof. Dr. Dursun BİNGÖL, Dean, Turkish Aeronautical Association University

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

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University

Prof. Dr. Cemile ÇELİK, Mersin University

Prof. Dr. Akın MARŞAP, İstanbul Aydın University

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC

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

Prof. Dr. Sezer AKARCAI, Ankara University

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN, Gazi University

Prof. Dr. Alaybey KAROĞLU, Gazi University

Prof. Dr. Erdoğan EKİZ, King Abdülaziz University, Saudi Arabia

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

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

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Necmettin Erbakan University

Prof. Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ, Osmaniye Korkut Ata University

Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ, Muğla Sıtkı Koçman University

Prof. Dr. Asım YAPICI, Çukurova University

Prof. Dr. Ali Argun KARACABEY, Altınbaş University

Prof. Dr. Serap İNCAZ, Nişantaşı University

Prof. Dr. Azmi YALÇIN, Çukurova University

Prof. Dr. Doğan Nadi LEBLEBİCİ, Hacettepe University

Institutions of the Authors

Adıyaman University	İzmir Demokrasi University
Adnan Menderes University	İzmir Kâtip Çelebi University
Afyon Kocatepe University	Karabük University
Ağrı İbrahim Çeçen University	Karamanoğlu Mehmetbey University
Ahi Evran University	Kastamonu University
Ahmet Yesevi Universite Kazakhstan	Kayseri University
Aksaray Anatolian High School	Kırıkkale University
Aksaray University	King Abdulaziz University Saudi Arabia
American University of Central Asia Bishkek Kyrgyzstan	Lefke European University TRNC
Ankara Hacı Bayram Veli University	Manas University Kyrgyzstan
Ankara University	Marmara University
Antalya Bilim University	Mediterranean Karpaz University TRNC
Ardahan University	Mercan Tourism
Atatürk University	Mersin University
Bahcesehir University	Ministry of Education, Turkey
Başkent University	Muğla Sıtkı Koçman University
Batman University	Muş Alparslan University
Bilecik Şeyh Edebali University	Near East University, TRNC
Bitlis Eren University	Necmettin Erbakan University
Bolu Abant İzzet Baysal University	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Burdur Mehmet Akif Ersoy University	Niğde Ömer Halisdemir University
City University Of Hong Kong	Nişantaşı University
Cyprus University of Social Sciences, TRNC	Nuh Naci Yazgan University
Çanakkale Onsekiz Mart University	Okan University
Çankaya University	Osmaniye Korkut Ata University
Çankırı Karatekin University	Özyeğin University
Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	Selçuk University
Çukurova University	Singapore Management Development Institute Uzbekistan
Dicle University	Sinop University
Düzce University	Şırnak Revenue Office
Eastern Mediterranean University, TRNC	Thermo Shield A.Ş.
Erzincan Binali Yıldırım University	THK University
Eskişehir Osmangazi University	TOBB University
Gazi University	Tokat Gaziosmanpaşa University
Gaziantep University	Trakya University
Gebze Technical University	Turkish Land Forces
Hacettepe University	University Of Suffolk England
Hitit University	University Of The West Of Scotland
İstanbul Medipol University	Valahia University Of Targoviste Romania
İstanbul Gelişim University	Van Yüzüncü Yıl University
İstanbul Kültür University	Yıldırım Beyazıt University
İstanbul Rumeli University	Yıldız Technical University
İstanbul University	Yozgat Bozok University
İstinye University	Zonguldak Bülent Ecevit University



**3rd International EMI
Entrepreneurship & Social Sciences Congress**
EMISSC 28-30 June 2019 LEFKOSA
CONGRESS PROGRAM

Friday, 28 June 2019

13:30-14:30	Registration
14:30-16:00	<u>Sessions' Moderators</u> Prof. Dr. Sami FETHİ (Conference Hall) Prof. Dr. Hüseyin ARASLI (Lefkosa - 125) Prof. Dr. Esra KARABACAK (Girne - 123) Assoc. Prof. Dr. Vecdal GÜNDÜZ (Rauf Denktaş - 119) Prof. Dr. Orhan ÇOBAN (Cengiz Topel - 118) Prof. Dr. Adnan ÇELİK (Gazimagusa - 113) Prof. Dr. Himmet KARADAL (112) Dr. Ahmet Tuncay ERDEM (111)

Saturday, 29 June 2019

08:30-09:00	Registration
09:30-11:00	Opening of EMI Congress Prof. Dr. Himmet KARADAL , Chair of EMI Congress Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU , Honorary President (President, Nişantaşı University) Dr. Akhmetov Berik Bakhytzhonovich , Honorary President (President, Yessenov University) Prof. Dr. Mustafa TÜMER , Honorary President (President, Cyprus University of Social Sciences) <u>Opening Session of Entrepreneurship and Social Sciences</u> Moderator Prof. Dr. Mustafa TÜMER , President, Cyprus University of Social Sciences Keynote Speakers Prof. Dr. Cem TANOVA , Eastern Mediterranean University, TRNC Prof. Dr. Asım SALDAMLI , Mardin Artuklu University, Turkey Assoc.Prof.Dr. Dababrata CHOWDHUY , University of Suffolk, United Kingdom Assoc.Prof.Dr. Erdoğan EKİZ , Kral Abdulaziz University, Saudi Arabia Assoc.Prof.Dr. Aril CANSEL

	Management Development Institute of Singapor, Uzbekistan Dr. Dumitru GOLDBACH , Târgoviste Valahia University, Romania
11:00-11:15 11:15-11:30	Türk Halk Müziği Dinletisi: Erol ÇÖPOĞLU Opening: Mixed Exhibition (Inst. Menekşe Şahin KARADAL) Menekşe Şahin KARADAL Painting Exhibition & Fatma Küçük Photograph Exhibition

Saturday, 29 June 2019

11:30-12:30	Sessions' Moderators Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ (Conference Hall) Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI (Lefkosa - 125) Prof. Dr. Hakan AYDIN (Girne - 123) Prof. Dr. Serpil AĞCAKAYA (Rauf Denktaş - 119) Prof. Dr. Nevin DENİZ (Cengiz Topel - 118) Prof. Dr. Mazlum ÇELİK (Gazimagusa - 113)
12:30-13:30	Lunch (KİSBÜ)

Saturday, 29 June 2019

13:30-14:45	Sessions' Moderators Prof. Dr. A. Çiğdem KIREL (Conference Hall) Prof. Dr. Emine KOLAÇ (Lefkosa - 125) Prof. Dr. Seçkin GÖNEN (Girne - 123) Prof. Dr. Muharrem TUNA (Rauf Denktaş - 119) Prof. Dr. Harun ŞEŞEN (Cengiz Topel - 118) Prof. Dr. Mustafa SAĞSAN (Gazimagusa - 113) Prof. Dr. Asım SALDAMLI (112) Prof. Dr. Sezer AKARCALI (111)
14:45-15:00	Cafe Break
15:00-16:15	Sessions' Moderators Assoc. Prof. Dr. Erdogan EKIZ (Conference Hall) Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ (Lefkosa - 125) Prof. Dr. Muammer ZERENLER (Girne - 123) Assoc.Prof. Dr. İsmail AKBAL (Rauf Denktaş - 119) Prof. Dr. Asım SALDAMLI & Bekir KARADUMAN (Cengiz Topel - 118) Assoc.Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY (Gazimagusa - 113) Prof. Dr. Mustafa SAĞSAN (112) Dr. Mohammed ABUBAKAR (111)

Saturday, 29 June 2019

16:15-17:30	Workshop: Innovative Research Method (Conference Hall)
17:30-18:00	Congress Closing Session (Conference Hall)
20:00-22:00	GALA (The Olive Tree)

Sunday, 30 June 2019

11:00-16:00	Gazimağusa Sideseeing Trip
--------------------	-----------------------------------

Friday, 28 June 2019 / 14:30-16:00

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Conference Hall	Prof. Dr. Sami FETHİ Asst. Prof. Dr. H. Neyir TEKELİ
Örgüt Kültürü ve İş Tatmini Arasındaki İlişkide Demografik ve Sektörel Değişkenlerin Rolü: Kamu ve Özel Sektör Havacılık Çalışanlarında Bir Araştırma – 383 Dr. İnan ERYILMAZ Havacılık Örgütlerinde Olumlu Emniyet Kültürünün Yaratılmasında İlk Adım: Havacılık Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma – 384 Asst. Prof. Dr. Sener ODABAŞOĞLU Türk Otomotiv Sektöründe Kurumsal Marka Kişiliğinin Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkileri – 320 Inst. Tuğba ÇEDİKÇİ FENER Türkiye’deki Alternatif Turizm Türlerinden Medikal Turizm: Türkiye’de Medikal Turizmin Gelişimi ve SWOT Analizi – 419 Asst. Prof. Dr. H. Neyir TEKELİ Türkiye’deki Start-Up Yatırımlarından Finansal Teknolojileri (FinTech): Türkiye FinTech Ekosistemi ve Gelişimi – 458 Asst. Prof. Dr. Furkan EVRANOS Woman Entrepreneurship In Turkey, Factors Leading Women To Entrepreneurship And Analysis of The Present Socio-Economic Structure, National And International Supports Provided For Woman Entrepreneurs – 471 Lect. Selen ÇELİKÖZ			
Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Lefkosa (125)	Prof. Dr. Hüseyin ARASLI Assoc. Prof. Dr. Kadir YILDIZ
Algılanan Örgütsel Desteğin İlişkisel Ağı Üzerine Ulusal Yazında Bir Meta-Analiz Çalışması – 418 Res. Assist. Dr. Deniz DİRİK Spor Yöneticisi Adaylarının Kariyer Uyumu ve Yenilikçilik Eğilimlerinin Girişimcilik Potansiyellerini Yordayıcı Etkisi – 413 Assoc. Prof. Dr. Kadir YILDIZ, Ayşe SEVİMLİ Potential Antecedents of Intrapreneurship – 332 Asst. Prof. Dr. Georgiana KARADAS, Sanie HIÇYAKMAZER, Sanaz VATANKHAH, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN Attracting More Tourists to North Cyprus by Focusing on Gastronomy Tourism – 448 Asst. Prof. Dr. Sarvnaz BARADARANI, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN Cocoon Work Art of Cyprus Tradition: As An Ethnographic Research – 395 Ecem YILDIZ Ekonomik Büyüme ve CO2 Emisyonları İlişkisi: Meksika İçin Bir Çevresel Analiz – 396 Dr. Hasan RÜSTEMOĞLU			

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Girne (123)	Prof. Dr. Esra KARABACAK Assoc. Prof. Dr. Serdar YURTSEVER
Dil Felsefesinin Tasavvuf İçerikli Şiirdeki Etkileri Üzerine Değerlendirmeler – 360 Prof. Dr. H. Esra KARABACAK Çocukluk Çağı Travmaları ile Evlilik Uyumu Arasındaki İlişkide Başa Çıkma Tutumlarının Aracı Rolü – 327 Hacer AYDINOVA, Prof. Dr. Fatma Gül CIRHINLIOĞLU Çocukları İlkokulda Öğrenim Gören Ebeveynlerin Çocuk Kitaplarının Seçimine İlişkin Görüşleri – 440 Asst. Prof. Dr. Selma KORKMAZ, Exp. Tülay KAYA TEKMAN Türk Kurtuluş Savaşı’nda İstihbarat Çarkı – 434 Assoc. Prof. Dr. Serdar YURTSEVER İlk ve Acil Yardım Öğrencilerinin Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Durumları – 476 Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR, Inst. Exp. İsmet ÇELEBİ Z Nesli Çocuğunu Tanımak – 397 Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR, Exp. Sıdıka BAŞBUĞA, Alper Remzi AYDIN Çocuklarda Temel Yaşam Desteği Eğitiminin Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Temel Yaşam Desteği Uygulama Beceri Düzeylerine Etkisi – 429 Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR, Inst. Exp. İsmet ÇELEBİ			

Friday, 28 June 2019 / 14:30-16:00

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Rauf DENKTAŞ (119)	Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ
Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde SWOT Analizi ile Uygulanabilirliği – 408 Beyza SOYER, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ Özel Gereksinimli Bireye Sahip Annelerin Otomatik Düşüncelerinin İncelenmesi – 335 Tubanur Çelik İSKİFOĞLU, Fatma ERKIVANÇ, Sacide ŞAHİN, Melih Burak ÖZDEMİR, Hasan Basri DEDE, Asst. Prof. Dr. Ayşe BENGİSOY Manevi ve İnsani Değer Eğiliminin Bireylerin Duygu ve Davranış Düzeyleri İle İlişkisinin İncelenmesi – 331 Psk. Sevtap Çakmak ÖZDEM, Asst. Prof. Dr. Ayşe BENGİSOY Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma – 389 Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR, Res. Assist. Erkan NUR, Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN İş Yaşamında Yeni Neslin Ayak Sesleri: K Kuşağı – 390 Res. Assist. Erkan NUR, Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN, Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR Sosyo-Kültürel Yapının Mimariye Yansıması; Lefke Örneği – 385 Asst. Prof. Dr. M. Selen Abbasoğlu ERMİYAGİL, Asst. Prof. Dr. Cemaliye Sunalp GÜRÇINAR			

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Cengiz Topel (118)	Prof. Dr. Orhan ÇOBAN
The Impact of Tourism Sector on Economic Growth: The Example of TRNC – 305 Prof. Dr. Orhan ÇOBAN, Lect. Ayşe ÇOBAN Analysis of Change in Individual Welfare Indicators in TRNC – 306 Lect. Ayşe ÇOBAN, Prof. Dr. Orhan ÇOBAN Örgütsel Meşruiyet Kaynakları Bağlamında Türkiye’deki UBER Uygulamasının Değerlendirilmesi – 444 Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ Örgüt Yapısı ve İç Girişimcilik İlişkisinin Teorik Olarak İncelenmesi – 445 Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ Örgütsel İletişimde Fısıltı Yönetimi: Teorik Bir İnceleme – 446 Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ Türkiye’de Girişimcilik Tarihi: Genel Bir Değerlendirme – 378 Inst. Dr. Necdet SEZAL The Effect of Emotional Intelligence on Organizational Commitment: An Application on Hospital Employees – 340 Dr. Rabia YILMAZ Türkiye’nin Finansal Liberalizasyon Süreci ve Borçlanma İle Arasındaki İlişki - 379 Inst. Dr. Necdet SEZAL, Prof. Dr. Mahmut YARDIMCIOĞLU			
Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Gazimagusa (113)	Prof. Dr. Adnan ÇELİK
The Roles That Large-Scale Enterprises should Take in National Development: SWOT Analysis of The Turkish Republic of Northern Cyprus – 308 Prof. Dr. Adnan ÇELİK İşyeri İzleme Faaliyetleri, Örgütsel Stres ve Örgütsel Güven İlişkisi – 318 Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI, Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Leyla ERAT Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısının Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi – 319 Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI, Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Merve KAYA Duygusal Emegin İş Doyumu Üzerindeki Etkisi: Konya Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama – 337 Dr. Rabia YILMAZ Konaklama İşletmelerinde Etik İklim Algılarının Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi: Konya İli Örneği – 338 Dr. Rabia YILMAZ			

Friday, 28 June 2019 / 14:30-16:00

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Rauf Denктаş (112)	Prof. Dr. Himmet KARADAL
Örgütsel Etiğin Kurumsal İtibara Etkisi Üzerine Bir Literatür Çalışması – 404 Prof. Dr. Himmet KARADAL, Inst. Abdullah DEMİR Girişimcilik Kültürünün Gelişimine Yerel Yönetimlerin Katkısı: Türkiye'deki Büyükşehir Belediyelerinin Etkinliklerinin Veri Zarflama Analiziyle Değerlendirilmesi – 347 Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Inst. Zeynep ÜNAL, İbrahim HARMANKAYA Türkiye'deki Sağlık Kuruluşlarının İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Analizi – 442 Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, İbrahim HARMANKAYA, Inst. Zeynep ÜNAL Türkiye'deki Orta Öğretim Kurumlarının Performanslarının Veri Zarflama Analizi ile Değerlendirilmesi – 443 Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, İbrahim HARMANKAYA, Inst. Zeynep ÜNAL Sivil Toplum Kuruluşlarının Bölgesel Kalkınmadaki Rolünün Değerlendirilmesi – 457 Asst. Prof. Dr. Suna Muğan ERTUĞRAL, Prof. Dr. Mehtap ÖZDEĞER, Merve DÖLEK İş Doyumu Faktörlerinden Ücret-Terfi-Yönetici Ve İşin Kendisinin İşgörenlerin İşten Ayrılma Eğilimi Üzerine Etkisi: Bişkek Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Alan Araştırması – 322 Dr. Mehmet ULUTAŞ Önlisans Öğrencilerinin Kendi İşini Kurma Niyetini Etkileyen Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma – 361 Asst. Prof. Dr. Sibel AYDEMİR, Assoc. Prof. Dr. Oya KORKMAZ Girişimcilik Yöneliminde Güncel Yaklaşımlar – 432 Assoc. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN			
Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Cengiz Topel (111)	Dr. Ahmet Tuncay ERDEM
Ağızdan Ağıza İletişimin Tüketici Temelli Marka Değerine Etkisi: Elektronik Ürünler Pazarında Z Nesli Üzerine Bir Araştırma – 422 Asst. Prof. Dr. İsmail ELAGÖZ, Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA Piyasaların ve İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi İle Ulusal Yükseköğretim Başarısının, Ulusal Rekabet Gücü Başarısı Üzerindeki Etkisi: Seçilmiş OECD Ülkelerinde Panel Veri Analizi – 423 Dr. Karahan KARA, Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA Finansal Performansın Vikor Yöntemi ile Değerlendirilmesi: BIST Holding ve Yatırım Endeksinde Yer Alan Şirketler Üzerine Bir Uygulama – 464 Assoc. Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU, Inst. Nihan CABA Hisse Senedi Seçiminde Etkili Olan Faktörlerin Topsis Yöntemi ile İncelenmesi: BIST 50 Örneği – 465 Assoc. Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU, Inst. Nihan CABA Beş Faktör Kişilik Modeli Girişimcilik Niyetini Etkiler mi? – 425 Prof. Dr. Himmet KARADAL, Asst. Prof. Dr. M. Halit YILDIRIM Bilgi Paylaşımı Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi – 426 Asst. Prof. Dr. M. Halit YILDIRIM, Yalçın GÜMÜŞSOY Sağlık Meslek Mensuplarının Meslekleriyle İlgili Yasal Sorumlulukları ve Yükümlülükleri – 399 Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER Yöneticilerin Liderlik Özellikleri ve Kontrol Odaklarının Karar Verme Stilleri Üzerindeki Stratejik Etkileri: İstanbul İlinde Bir Uygulama – 400 Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER			

Saturday, 29 June 2019 / 11:30-12:30

Saturday, 29 June 2019	11:30-12:30	Conference Hall	Prof. Dr. Deniz Elber BÖRÜ Assoc Prof. Dr. Selma KALYONCUOĞLU
Çalışanların Öz Yeterlilik Algılarının İç Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisinde Başarı İhtiyacının Düzenleyici Rolü: X ve Y Kuşakları Arası Karşılaştırma – 424 Res. Assist. Taha Yusuf ÇAKAREL, Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ, Prof. Dr. Mahmut PAKSOY Is Virtual Management Possible? A Research in D-Smart Company – 438 Asst. Prof. Dr. Meriç Esat BEBİTOĞLU Sanal Dünyada Sadakatin Oluşumunda Psikolojik Sahiplenme Teorisi: WhatsApp Örneği – 467 Assoc Prof. Dr. Selma KALYONCUOĞLU, Res. Assist. Emine ŞENBABAĞLU DANACI Tele Çalışma ve Ortaya Çıkan Sorunların Çalışanlar Üzerindeki Etkisi – 403 Tuğba İNCENACAR Çalışanların Eğitim ve Kariyer Yönetimi Algılarının Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi – 407 Ertaç GÜLAKDENİZ, Dr. Ayşen BERBEROĞLU			
Saturday, 29 June 2019	11:30-12:30	Lefkosa (125)	Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) Öncü Sektörlerin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi – 324 Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI Makroekonomik Göstergelerin Merkez Bankası Karlılığına Etkisi: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ve Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) Merkez Bankası Karşılaştırması Üzerine Bir Çalışma – 388 Kenan ŞAHİN, Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI Dava Şartı Arabuluculuk Düzenlemesinin Fikri Mülkiyet Hukukundan Doğan Uyuşmazlıklara Etkisi – 370 Asst. Prof. Dr. Onur SARI Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Kaynak Tüketim Muhasebesi Yöntemleri Arasındaki Farklar ve Bir Teorik Uygulama – 358 Inst. Ömer Burak PAKSOY, Inst. Dr. Necdet SEZAL			
Saturday, 29 June 2019	11:30-12:30	Girne (123)	Prof. Dr. Hakan AYDIN Asst. Prof. Dr. Rahşan Fatma AKGÜL
Bir Eğitim Aracı Olarak Kısa Filmler: HD-LIFE Kısa Filmlerinin Pedagojik ve Kuramsal Tasarımı – 321 Asst. Prof. Dr. Fikret YAZICI, Prof. Dr. Hakan AYDIN Afiş Tasarımında Beyaz Alanlar – 336 Asst. Prof. Dr. Rahşan Fatma AKGÜL Yeni Medya, İletişim, Bilinç ve Davranış Etkileri Oluşturma – 316 Inst. Türkan AYDOĞAN Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdama Etkisi: Gelişmiş Ve Gelişmekte Olan Ülkeler Karşılaştırması – 473 Asst. Prof. Dr. Mehmet ALTUNTAŞ, Res. Assist. Barış Erkan YAZICI A Qualitative Study on the Problem of Agency Theory of Family Businesses – 474 Dr. Ahmet Tuncay ERDEM			
Saturday, 29 June 2019	11:30-12:30	Rauf DENKTAŞ (119)	Prof. Dr. Serpil AĞCAKAYA
Sağlık Hizmetlerinde Dönüşüm: Türkiye Örneği – 466 Prof. Dr. Serpil AĞCAKAYA Leblebi Sektöründe Kayıtdışı İstihdam: Denizli İlinde Nitel Bir Araştırma – 363 Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Çağatay ÖNEY Demografik Değişkenler İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kale Meslek Yüksekokulu Örneği – 364 Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Inst. Dilek ŞENEL Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi: Pamukkale Üniversitesi Acıpayam Meslek Yüksekokulu Örneği – 365 Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Inst. Dilek ŞENEL			

Saturday, 29 June 2019 / 11:30-12:30

Saturday, 29 June 2019	11:30-12:30	Cengiz Topel (118)	Prof. Dr. Nevin DENİZ Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ
Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı ve Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing) Üzerine Bir Analiz – 431 Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ An Analysis Of The Relationship Between R&D Expenditures and Employment: A Case for United States, Germany and Turkey – 374 Gülcan GÜZEL, Sedef ÇEVİKALP Ekonomik Güven Endeksi İle İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksi Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği – 375 Gülcan GÜZEL, Asst. Prof. Dr. Emrah DOĞAN The Determinants of Bank Liquidity Risk: Empirical Evidence From Turkish Banks – 380 Asst. Prof. Dr. Emrah DOĞAN, Asst. Prof. Dr. Onur ÖZDEMİR			
Saturday, 29 June 2019	11:30-12:30	Gazimagusa (113)	Prof. Dr. Mazlum ÇELİK
Girişimcilerin Başarısızlık Nedenleri – 301 Prof. Dr. Mazlum ÇELİK, Sedat YAKUPOĞLU Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesinde Psikolojik Sermayenin Rolü – 372 Inst. Burcu BATGA, Inst. Sümeyra CEYHAN, Exp. Sercan YILTAY Duygusal Zeka ile Girişimcilik Eğilimi Arasında Öz Yeterliliğin Aracılık Rolü: Çukurova Üniversitesinde Bir Alan Araştırması – 373 Inst. Sümeyra CEYHAN, Exp. Sercan YILTAY, Inst. Burcu BATGA The effect of motivational factors on entrepreneurship: Does uncertainty avoidance cultural value at the country level make a difference? – 354 Prof. Dr. Cem TANOVA, İzzet ATALAY			

Saturday, 29 June 2019 / 13:30-14:45

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Conference Hall	Prof. Dr. Çiğdem KIREL Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ
Örgütlerde Kadına Yönelik Cinsel Tacizi Açıklayan Kuramsal Modeller ve Önleme Yöntemleri – 405 Prof. Dr. A. Çiğdem KIREL Sağlık Kurumlarında İletişim: Hasta-Sağlık Personeli İletişimi Üzerine Bir İnceleme – 357 Asst. Prof. Dr. Serdal İŞIKTAŞ, Dilan ÇİÇEKLİ Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Kuruluş Yeri Kararı: Atatürk Üniversitesi Girişimcilik Ofisi Örneği – 381 Assoc. Prof. Dr. Ersin KARAMAN, Esra ÖZMEN Boreout Sendromunun Sosyal Kaytarma Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Alan Araştırması – 353 Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ, Asst. Prof. Dr. Üyesi Alper GÜRER Kamu Sağlık Sektöründe Örgütsel Vatandaşlık Üzerine Çıkarımlar: Görgül Bir Çalışma – 356 Asst. Prof. Dr. Murat AK			
Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Lefkosa (125)	Prof. Dr. Emine KOLAÇ Assoc. Prof. Dr. Gülsemin HAZER
Geçmişten Günümüze Milli Kültür Şuraları – 455 Prof. Dr. Emine KOLAÇ, Meryem KEKEÇ, Samet KANTEKİN Karnavalesk Bir Roman Olarak Mevlüt Süleymanlı’nın <i>Göç</i> Romanı – 382 Assoc. Prof. Dr. Gülsemin HAZER Çocuk Edebiyatında Kitap Seçimi Ölçütleri (KKTC’ de) – 367 Assoc. Prof. Dr. Şevket ÖZNUR, Asst. Prof. Dr. Ejdan SADRAZAM Çocukluk Döneminde Cinsel İstismar – 401 Barış TUNCER Anaokullar İçin Oyun ve Yaratıcılığın Modern Eğitim, Öğretim ve Yönetim Metodolojileri ile Zenginleştirilmesi – 436 Arzu DOLMAZ			

Saturday, 29 June 2019 / 13:30-14:45

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Girne (123)	Prof. Dr. Seçkin GÖNEN
Borçlanma Maliyetlerinin TFRS ve BOBİ FRS Açısından Karşılaştırılmasına İlişkin Uygulama Örnekleri – 462 Prof. Dr. Seçkin GÖNEN, Asst. Prof. Dr. Emin YÜREKLİ			
Mutluluk Ekonomisi: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme – 341 Asst. Prof. Dr. Süheyla ERİKLİ			
Türkiye’de Genç İşsizliği ile Mücadelede Alternatif Bir Çözüm: Sosyal Girişimcilik – 342 Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK			
Relationship Between University Image and Student Loyalty: A Study on Perceptions of Students – 398 Dr. Ayşen BERBEROĞLU			
Otomobil Sektöründe Marka İmajı ve Müşteri memnuniyetinin Tutumsal Bağlılık ve Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi: KKTC Örneği – 341 Murat TORUN, Dr. Ayşen BERBEROĞLU			
Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Rauf DENKTAŞ (119)	Prof. Dr. Muharrem TUNA
Türk Mutfağının Uluslararasılaşma Sorunlarına İlişkin Nitel Bir Araştırma – 470 Res. Assist. Başak ÖZYURT, Havva ÇIVGIN, Prof. Dr. Muharrem TUNA			
Kentsel Sit Alanlarındaki Yenileme Çalışmalarının Turizm Açısından Değerlendirilmesi – 459 Res. Assist. Sezgi GEDİK			
İnnovatif Yaklaşımın Kanvas İş Modelinde Değerlendirilmesi: Örnek Bir Uygulama – 449 Inst. Dr. Ayşen AKBAŞ TUNA			
Artırılmış Gerçeklik Teknolojisinin Ambalaj Tasarımı ve Pazarlamasında Kullanımı – 362 Inst. Ayşe İRİ, Asst. Prof. Dr. Emel BİROL			
Görsel İletişim Yolu Olan Arttırılmış Gerçeklik Uygulamalarında Görsel Unsurların Kullanımı: Çocuk Kitapları Örneği – 386 Asst. Prof. Dr. Emel BİROL, Inst. Ayşe İRİ			
Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Cengiz Topel (118)	Prof. Dr. Harun ŞEŞEN Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN
Meslek Seçimini Etkileyen Değişkenlerin Analizi: Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Bölümünde Bir Alan Araştırması – 333 Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Asst. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU, Inst. Dr. Gülnaz KARAHAN			
İşten Çıkış Mülakatlarının Örgüt Çalışanlarını Geri Kazandırmaya Etkisi: KKTC Yerel Bankaları Üzerine Bir Araştırma – 339 Olgun TOPALCIK, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ			
The Role of Gender on Nomophobia and Smartphone User: The Case of Northern Cyprus – 417 Nasim NIKSIAR, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN, Res. Asst. Mehmet Necati CIZRELIOĞULLARI			
Better Performance with Mental Training – 376 Assoc. Prof. Dr. Rıdvan EKMEKCI, Asst. Prof. Dr. Bülent Okan MICOOGULLARI			
Problem Solving Skills of Football Referees – 377 Assoc. Prof. Dr. Rıdvan EKMEKCI, Hamza Kaya BEŞLER			

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Gazimagusa (113)	Prof. Dr. Mustafa SAĞSAN Assoc. Prof. Dr. Bülent KARA
Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Harry Potter – 428 Prof. Dr. Sezer AKARCALI Bedenin Metalaşma Süreci ve Reklam Yoluyla İmaj Yaratımı – 430 Assoc. Prof. Dr. Bülent KARA, Aliye KAÇMAZ İşsiz Bireylerin Demografik Özellikleri ve İş Arama Tercihleri Üzerine Bir Araştırma – 410 Inst. Dilek ŞENEL Meslek Yüksekokulunda Eğitim Gören Kadın Öğrencilerin Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma – 411 Inst. Dilek ŞENEL, Inst. Fatma Özge ÖZGEN ÖNEY Kayıt Dışı İstihdam: Türkiye’de Genç İstihdamı Üzerine Bir Araştırma – 412 Inst. Dilek ŞENEL			

Saturday, 29 June 2019 / 13:30-14:45

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	(112)	Prof. Dr. Asım SALDAMLI
Ethical and Innovative Practices in the Child Food Industry of Bangladesh: A Qualitative View – 454 Rahaman HASAN, Dr. Dababrata CHOWDHURY Empirical Study of the Branding Strategy in Influencing Brand Equity Amongst Youth: The Case of Pakistan Luxury Apparel Industry – 416 Junaid KHAN Role of Technological Innovation on SME’s, A casse study of dairy sector in Pakistan – 451 Sikandar Feroz KHALID Entrepreneurship and Social Media in the Creative Industries: A Socio-Technical Perspective of Entrepreneurial Discovery of Value Opportunity and Exploitation – 469 Al Otaiba, Maysson			
Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	(111)	Prof. Dr. Sezer AKARCALI
Sosyal Medya Kullanımında Ahlakı Boyut – 452 Inst. Dr. Nebiye KONUK Üniversite Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Becerilerinin İncelenmesi: KKTC Örneği – 325 Asst. Prof. Dr. Emre ÇETİN, Inst. Selime GÜNTAŞ Mobil Bankacılıkta Algılanan Deneyimsel Değer Boyutlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması: Nevşehir Örneği – 330 Dr. Mustafa DEMİRHAN Türkiye’deki Girişimcilik Faaliyetlerinin Analizi: Küresel Girişimcilik Endeksi Üzerine Bir İnceleme – 387 Asst. Prof. Dr. Özlem YAŞAR UĞURLU, Assoc. Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ Girişimcilik Niyeti Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi – 427 Prof. Dr. Himmet KARADAL, Dr. Ahmet Tuncay ERDEM			

Saturday, 29 June 2019 / 15:00-16:15

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Conference Hall	Assoc.Prof. Dr. Erdoğan EKİZ
Better Business Education towards Development of Entrepreneurship– 468 Assoc. Prof. Aril CANSEL, Assoc. Prof. Dr. Erdogan EKIZ Reassessing Augmented Role of Urban Diplomacy in International Politics – 309 Asst. Prof. Dr. Gökhan AK, Asst. Prof. Dr. Pınar AKARÇAY Fashion Marketing, Trust and Customer Loyalty to the Company's Brand: A Case of Study North Cyprus – 355 Hanna-Anastasua MELNYCHUK Debt and Equity Policy in Capital Structure Theories: Modigliani-Miller Theory, Trade-Off Theory, Pecking Order Theory and Agency Theory – 369 Hasan OZYAPICI, Omar TARZIBASHI			

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Lefkosa (125)	Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ
Tüketicilerin Kişilik Özellikleri İle Finansal İyilik Hali Ve Risk Alma Tutumu Arasındaki İlişki – 414 Mesut DOĞAN, Inst. Dr. A. Selçuk KÖYLÜOĞLU, Asst. Prof. Dr. Abdurrahman GÜMRAH İşkolikliğin İş-Aile Çatışması Üzerindeki Etkisi: Avukatlar Üzerine Bir Araştırma – 311 Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, İsmail KURT, Res. Assist. Serap KALFAOĞLU Hijyen Faktörlerin Çalışan Performansına Etkisi: Çağrı Merkezi Örneği – 366 Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, Inst. Gökhan BİLİCİ, Nuray BİLİCİ Bankacılık Ve Sigortacılık Ön Lisans Programında Öğrenim Gören Öğrencilerin Zorunlu Staj Eğitimleri İle Mesleki Bağlılıkları Arasında İlişki: Bir Odak Grup Çalışması – 352 Inst. Gökhan BİLİCİ, Nuray BİLİCİ Örgütsel Sosyalleşmenin Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatminine Etkisi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Örneği – 415 Inst. Fatih İbrahim KURŞUNMADEN			

Saturday, 29 June 2019 /15:00-16:15

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Girne (123)	Prof. Dr. Muammer ZERENLER
Kuşak Farklılıklarına Göre İş Yaşam Dengesi Algısının Araştırılması: Kahramanmaraş'ta Çalışan Avukatlar Örneği – 310 Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, İlkey Can BAĞCI, Res. Assist. Serap KALFAOĞLU Bilimsel Çalışmalarda Akademisyenler Tarafından Kullanılan Bilgi Erişim Sistemleri – 302 Inst. Okan KOÇ Küresel Dijital Çağda Emek – 303 Inst. Okan KOÇ Butik Burgercilerde Müzik Unsuru: Kadıköy'de (İstanbul) Etnografik Gastromüzikoloji Çalışması – 323 Prof. Dr. Seyit YÖRE, Res. Assist. İrem ERDOĞAN TÜREN Investigation of the Relationship Between Organizational Cynicism and Organizational Commitment – 473 Kerim KARADAL, Prof. Dr. Zeyyat SABUNCUOĞLU, Ahmet Cengiz UÇAR			

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Rauf DENKTAŞ (119)	Assoc.Prof. Dr. İsmail AKBAL
Deniz Baykal Dönemi CHP ve Türk Sosyal Demokrasisinin Evrimi – 472 Assoc.Prof. Dr. İsmail AKBAL, Ezgi Gizem YOLLU Tahincioğlu Basketbol Süper Ligi İsim Sponsorluğunun Taraftar Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi: Pilot Uygulama – 368 Özlem IŞIK İNAN, Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ Gönüllülük Faaliyetine Katılan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri ve Girişimcilik Faktörleri Arasındaki İlişki – 391 Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ, Özlem IŞIK İNAN Piyasa Değeri/Defter Değeri Oranı ve TOBİN'S Q Oranı Yöntemleri ile Lokanta ve Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermayelerin Karşılaştırılması – 394 Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Erkan ÇIBIK, Aygül ÖZTÜRK BİST' de İşlem Gören Lokanta ve Otel İşletmelerinin Finansal Performans İncelemeleri: ÇKKV Araştırması – 393 Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Erkan ÇIBIK, Res. Assist. Hatice CAN ÖZİÇ BIST-100 Ve BIST-Tüm Endekslerinde Güç Oranı Yöntemiyle Ocak Ayı Anomalisinin Test Edilmesi – 435 Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Res. Assist. Hatice CAN ÖZİÇ, Erkan ÇIBIK			

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Cengiz Topel (118)	Prof. Dr. Asım SALDAMLI Bekir KARADUMAN
Liderlik Yaklaşımının Çalışan Motivasyonuna Etkisi: Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma – 463 Prof. Dr. Asım SALDAMLI, H. Çağla ADALAN Üniversiteli Gençler Açısından Girişimcilik Eğitimlerinin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi – 348 Nisa Nur MUSLUHITTINOGLU, Dr. Zafer ADIGUZEL Sosyal Çevre ve Ekonomik Ortamın Girişimcilik Açısından Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması – 349 Nisa Nur MUSLUHITTINOGLU, Dr. Zafer ADIGUZEL Psikolojik Güçlendirmeyle Birlikte Örgütsel Bağlılık ve Stresin İş Yoğunluğu Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi – 350 İrem KÜÇÜKOĞLU, Dr. Zafer ADIGUZEL			
Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Gazimagusa (113)	Dr. Dababrata CHOWDHURY
Supply Chain Risk Management in the Energy Sector: The Case of East Med Gas – 345 Kemal HAŞİM Country Variables and Individual Perceptions of Climate Change – 402 Asst. Prof. Dr. Defne GÜNAY, Asst. Prof. Dr. Gizem ARIKAN Öğrenmeye Açıklık: Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma – 439 M. Kürşat TÜRKER Evaluating the Structure of Brand Equity with Confirmatory Factor Analysis – 409 Asst. Prof. Dr. Selim TÜZÜNTÜRK Çin Kültüründeki Tao Anlayışının Eski Çağlarda Türk Yönetim Sistemindeki Karşılığı Meselesi Üzerine Bir İnceleme – 456 Inst. Ayten AKCAN Akıllı ve Veriye Dayalı Tedarik Zincirleri – 343 Asst. Prof. Dr. İbrahim AKBEN, Mehmet ÖS			

Saturday, 29 June 2019 /15:00-16:15

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	(112)	Prof.Dr. Mustafa SAĞSAN
The Advancement and Improvement of Sharing Corporate Social Responsibility (CSR) in the Garment Industry of Bangladesh – 420 Mohammad ALI An Explorative Analysis of Knowledge Management and Organisational Performance: the case of Logistics Sector – 421 Krishnaveni NAIDOO, Dr. Dababrata CHOWDHURY An Investigation into the Management of Change in Private Sector Health Care Organization in Bangladesh: A Mixed Methods Inquiry Based on the Implementation of New Framework to Support Health Care Organization – 433 Ali AHMAD, Dr. Dababrata CHOWDHURY Effective Digital Marketing Strategies to Improve Competitive Advantage and Lead Generation of Education Consultancies in Nepal. A Mixed Method Study – 437 Mr. Deepak Bahadur KHADKA			
Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	(111)	Dr. A. Mohammed ABUBAKAR
Cultural Entrepreneurship in Creative Industries – 460 Dr. Çiğdem KAYA, Nelson PHILLIPS Algılanan Örgütsel Adaletin Olumlu Sosyal Davranışlar Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma – 447 Prof. Dr. Şule AYDIN, Assoc. Prof. Dr. Duygu EREN, Inst. Kayhan KARAKAYA Demographic Characteristics and Emotional Exhaustion – 475 Inst. Kayhan KARAKAYA, Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN Bilgi ve İletişim Teknolojileri İhracat Düzeyi ve Kişi Başına Milli Geliri İlişkisi Üzerine Panel Eşbütünleşme Analizi – 344 Dr. Ebru Gül YILMAZ Örgütsel Etkililiğin ve Katılımcı Liderliğin Yabancılaşma ve İş Doyumuna Etkilerinin İncelenmesi – 351 İrem KÜÇÜKOĞLU, Dr. Zafer ADIGUZEL			

Saturday, 29 June 2019

WORKSHOP: Innovative Research Method

16:15-17:30	Conference Hall	Moderator: Prof. Dr. Asım SILDAMLI
Keynote Speakers		
Prof. Dr. Mustafa SAĞSAN		
Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI		
Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHUWDHURY		
Dr. Mohammed ABUBAKAR: Multi-group moderation analysis with AMOS		

17:30-18:00	Congress Closing Session (Conference Hall)
20:00-22:00	Gala (The Olive Tree)

Sunday, 30 June 2019

11:00-16:00	Gazimağusa Sidesceing Trip
--------------------	--

ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Ahmet Cevat ACAR, President of TÜBA

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

Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU, Rector, Nişantaşı University

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

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

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

Prof. Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC

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

Prof. Dr. Erdoğan EKİZ, King Abdülaziz University, Saudi Arabia

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

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

Prof. Dr. Cemile ÇELİK, Mersin University

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

Prof. Dr. Himmet KARADAL, Aksaray University TURKEY

ORGANISING COMMITTEE

Honorary Presidents of the Congress

Prof. Dr. **Mustafa TÜMER**, Rector of Kıbrıs Sosyal Bilimler University
Prof. Dr. **Esra HATİPOĞLU**, 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

Presidents of the EMI Congress

Prof. Dr. **Himmet KARADAL**
Prof. Dr. **Mustafa TÜMER**
Prof. Dr. **Asım SALDAMLI**

Coordinators

Asst. Prof. Dr. **A. Mohammed ABUBAKAR**
Dr. **Ahmet Tuncay ERDEM**
Asst. Prof. Dr. **Özlem ALTUN**
Inst. **Nihan CABA**
Neslihan DUMAN
Ali YÜCE
Inst. **Ethem MERDAN**
Dr. **Fahri ÖZSUNGUR**
Dr. **Yasemin GÜLBAHAR**
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**, Baranovich State University, **Belarus**,
Prof. Dr. **Kubra ALIYEVA**, Ulusal Bilimler Akademisi, **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**, 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, **Macedonia**.

EXHIBITION CURATOR: Inst. **Menekşe Şahin KARADAL**, Aksaray University

Menekşe Şahin KARADAL Painting Exhibition

Fatma KÜÇÜK Photograph Exhibitin

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, Shevchenko 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 Mumbai, 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, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr. Kadir ARDIÇ, Sakarya University
Prof.Dr. Kazım Özkan ERTÜRK, Düzce University
Prof.Dr. Kemal CAN, Çukurova University
Prof.Dr. Kemal BİRDİR, Mersin University
Prof.Dr. Muhsin HALİS, Kocaeli University
Prof.Dr. Mustafa TAŞLIYAN, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr. Nejat BASIM, Başkent University
Prof.Dr. Orhan ÇOBAN, Selçuk University
Prof.Dr. Pınar 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 SİĞRİ, 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, Università Degli Studi Firenze, Italy
Prof.Dr. Anis KHASANOV, Plekhanov Russian University of Economics
Prof.Dr. Alyona BALTABAYEVA, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
Prof.Dr. Akmaral SARGIKBAEVA, Al Farabi Kazak Milli University
Prof.Dr. Amanbay MOLDİBAEV, Taraz Devlet Üniversitesi
Prof.Dr. Cem TANOVA, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA Kırgızistan Devlet Ekonomi Üniversitesi
Prof.Dr. Cihan COBANOGU, University of South Florida Sarasota-Manatee
Prof.Dr. Çağlar ÖZEL, International Cyprus University TRNC
Prof.Dr. Emin CİVİ, University of New Brunswick, Canada
Prof.Dr. Erdoğan EKİZ, King Abdülaziz University, Saudi Arabia
Prof.Dr. Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando
Prof.Dr. Gulmira ABDİRASULOVA Kazak Kızlar Devlet Pedagoji Üniversitesi
Prof.Dr. Harun ŞEŞEN, European University of Lefke TRNC
Prof.Dr. Hasan KILIÇ, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Imran HAFEEZ, GC University, Pakistan
Prof.Dr. Janusz Slodczyk, Opole University, Poland
Prof.Dr. Latigina NATALYA Shevchenko Devlet Üniversitesi
Prof.Dr. Lile TANDİLAVA Shota Rustaveli Üniversitesi
Prof.Dr. Ljiljana MARKOVIC, University of Belgrade, Serbia
Prof.Dr. Latigina NATALYA, Shevchenko Devlet Üniversitesi
Prof.Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, UK
Prof.Dr. Lile TANDİLAVA, Shota Rustaveli Üniversitesi
Prof.Dr. Ljiljana MARKOVIC, University of Belgrade, SERBIA

Prof.Dr. Luis V. Casaló Ariño, Universidad de Zaragoza, Spain
 Prof.Dr. Mijalce GJORGIEVSKI, University of Tourism and Management in Skopje
 Prof.Dr. Mustafa İLKAN, Eastern Mediterranean University TRNC
 Prof.Dr. Nadejda HAN, Karaganda Devlet Üniversitesi
 Prof.Dr. Noufissa El Moujaddidi, Mohamed V University - Rabat. Morocco
 Prof.Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University TRNC
 Prof.Dr. Patrizia ZAGNOLI, Università degli Studi Firenze Italy
 Prof.Dr. Pece NEDANOVSKI, Ss. Cyril and Methodius University, Republic of Macedonia
 Prof.Dr. Rajendra PATIL, University of Mumbai, India
 Prof.Dr. Salih Turan KATIRCIOĞLU, Eastern Mediterranean University TRNC
 Prof.Dr. Sami FETHİ, Eastern Mediterranean University TRNC
 Prof.Dr. Savo ASHTALKOSKI, FON University, Republic of Macedonia
 Prof.Dr. Salaheddin ABOSEDRA, Emirates American University
 Prof.Dr. Selyutin Vlademir DMITRIYEVICH, Oryol State University
 Prof.Dr. Slagjana STOJANOVSKA, Integrated Business Faculty, Macedonia
 Prof.Dr. Tarek Abdellatif, University of Supetech, Tunis
 Prof.Dr. Tofiq ABDÜLHASANLI, Azərbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
 Prof.Dr. Zarylbek KUDABAEV, American University of Central Asia Kırgızistan
 Prof.Dr. Zhakipbek ALTAEV Al Farabi Kazak Milli Üniversitesi
 Prof.Dr. Zharkynbike SULEIMENOVA, Kazhak Kızlar Devlet Pedegoji Üniversitesi
 Assoc.Prof.Dr. Ali ÖZTÜREN, Eastern Mediterranean University TRNC
 Assoc.Prof.Dr. Anas Aloudat, American University in the Emirates, UAE
 Assoc.Prof.Dr. Biljana CHAVKOSKA, International Balkan University, Macedonia
 Assoc.Prof.Dr. Carlos Orús 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, Azərbaycan 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, Azərbaycan
 Assoc.Prof.Dr. Melih MADANOGLU, Florida Atlantic University US
 Assoc.Prof.Dr. Minura Lucia NACHESCU, West University of Timiosara Romania
 Assoc.Prof.Dr. Phouphet KYOPHILAVONG, National University of Laos
 Assoc.Prof.Dr. Slavcho CHUNGURSKI, FON University - Skopje, Macedonia
 Assoc.Prof.Dr. Țarcă Naiana NICOLETA, University of Oradea, Romania
 Assoc.Prof.Dr. Vasilis Leontitsis Brighton University, UK İngiltere
 Assoc.Prof.Dr. VătuIU TEODORA, Universitatea Titu Maiorescu - Bucuresti, Romania
 Asst.Prof.Dr. Ahmad ALBATTAT, Ammon Applied University, Kazakhstan
 Asst.Prof.Dr. Aktolkin ABUBAKIROVA, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
 Asst.Prof.Dr. Ali BAVİK, University of Otago, New Zealand
 Asst.Prof.Dr. Amjad AMIN, University of Peshawar, Pakistan
 Asst.Prof.Dr. Aviral Kumar TIWARI, IBS/IFHE Hyderabad, India
 Asst.Prof.Dr. Aynur GAZANFERKIZI, Bakü Euroasian University, Azerbaijan
 Asst.Prof.Dr. Azamat MAKSÜDÜNOV, Kyrgyz-Turkish Manas University
 Asst.Prof.Dr. Belal SHNEIKAT, University of Kyrenia TRNC
 Asst.Prof.Dr. Bakıt TURDUMAMBETOV, Kyrgyz-Turkish Manas University

Asst.Prof.Dr. Eliann (Eli) R. CARR, Psychology College of Arts Sciences Heritage University
 Asst.Prof.Dr. Ece MÜEZZİN, Cyprus Social Sciences TRNC
 Asst.Prof.Dr. Dinmukhamed KELESBAYEV, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
 Asst.Prof.Dr. Faisal RANA, Effat University, KSA
 Asst.Prof.Dr. Hamzah ELREHAIL, American University in the Emirates
 Asst.Prof.Dr. Hamed MAHADEEN, Applied Science University, Jordan
 Asst.Prof.Dr. İbrahim ALSINI, King Abdulaziz University
 Asst.Prof.Dr. Ibrahim HARAZNEH, Middle East University, Jordan
 Asst.Prof.Dr. Jana 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 DARVISHMOTEEVALI, 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, European University of Tirana
 Dr. Dinuca Elena CLAUDIA, Titu Maiorescu University Bucharest, Romania
 Dr. Grzegorz ZAJAC, Jagiellonian University, Polonya
 Dr. Ilir REXHEPI, AAB Collage, Prishtina Kosovo
 Dr. Jantore JETIBAYEV, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
 Dr. Jason LAM, Multimedia University, Malaysia
 Dr. Khaled Jamal MEGDADI, Counsellor to the Director-General for Communication and Public Relations National Resources Investment, Amman-Jordan
 Dr. Maher Ahmad ALATAILAT, Girne American University, Cyprus
 Dr. Matanat AMRAHOVA, Azerbaijan Devlet İktisat Üniversitesi UNEC
 Dr. Elena RADICCHI, Università Degli Studi Firenze, Italy
 Dr. Sabit BAYMAGANBETOV, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
 Dr. Sakher ALNAJDAWI, Amman Arab University, Jordan
 Dr. Sia Bik KAI, Universiti Tunku Abdul Rahman, Malaysia
 Dr. Steven Chong Shyue CHUAN, Universiti Tunku Abdul Rahman, Malaysia
 Dr. Tee Lain TZE, Universiti Kebangsaan, Malaysia
 Dr. Ulanbek ALİMOV, Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan

PEER REVIEW COMMUTTEE

Assoc.Prof.Dr. Ayşe GÜNSEL, Kocaeli University
Assoc.Prof.Dr. Abdullah ÇALIŞKAN, Toros University
Assoc.Prof.Dr. Adnan KALKAN, Mehmet Akif Ersoy 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, Selçuk University
Asst.Prof.Dr. Aral Gökçen NOYAN, İstanbul Yeniüzyıl University
Asst.Prof.Dr. Ayben KOY, İstanbul Ticaret University
Asst.Prof.Dr. Ayşe GÖKÇEN KAPUSUZ, Selçuk University
Asst.Prof.Dr. 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 ABİYEYEV, 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

	Page
Presentation	2
Thanks To	3
Institutions of the Authors	4
Congress Program	5
Advisory Board	18
Organising Committee	19
Scientific Committee	22
Peer Review Committee	26
Name of Paper	
Author(s)	
Girişimcilerin Başarısızlık Nedenleri – 301 Prof. Dr. Mazlum ÇELİK, Sedat YAKUPOĞLU	36
Bilimsel Çalışmalarda Akademisyenler Tarafından Kullanılan Bilgi Erişim Sistemleri – 302 Inst. Okan KOÇ	37
Küresel Dijital Çağda Emek – 303 Inst. Okan KOÇ	38
Analysis of Change in Individual Welfare Indicators in TRNC – 305 Lect. Ayşe ÇOBAN, Prof. Dr. Orhan ÇOBAN	39
The Impact of Tourism Sector on Economic Growth: The Example of TRNC – 306 Prof. Dr. Orhan ÇOBAN, Lect. Ayşe ÇOBAN	40
The Basic Effects of Women To Be The Entrepreneur and The Problems In The Practice Research: Konya Female Pharmacists Example – 307 Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Hale ÇAKIR	41
The Roles That Large-Scale Enterprises should Take in National Development: SWOT Analysis of The Turkish Republic of Northern Cyprus – 308 Prof. Dr. Adnan ÇELİK	42
Reassessing Augmented Role of Urban Diplomacy in International Politics – 309 Asst. Prof. Dr. Gökhan AK, Asst. Prof. Dr. Pınar AKARÇAY	43
Kuşak Farklılıklarına Göre İş Yaşam Dengesi Algısının Araştırılması: Kahramanmaraş'ta Çalışan Avukatlar Örneği – 310 Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, İlkey Can BAĞCI, Res. Assist. Serap KALFAOĞLU	44
İşkolikliğin İş-Aile Çatışması Üzerindeki Etkisi: Avukatlar Üzerine Bir Araştırma – 311 Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, İsmail KURT, Res. Assist. Serap KALFAOĞLU	45
Yeni Medya, İletişim, Bilinç ve Davranış Etkileri Oluşturma – 316 Inst. Türkan AYDOĞAN	46
İşyeri İzleme Faaliyetleri, Örgütsel Stres ve Örgütsel Güven İlişkisi – 318 Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI, Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Leyla ERAT	47
Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısının Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi – 319 Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI, Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Merve KAYA	48
Türk Otomotiv Sektöründe Kurumsal Marka Kişiliğinin Müşteri Memnuniyeti Ve Sadakati Üzerine Etkileri – 320 Inst. Tuğba ÇEDİKÇİ FENER	49
Bir Eğitim Aracı Olarak Kısa Filmler: HD-LIFE Kısa Filmlerinin Pedagojik ve Kuramsal Tasarımı – 321 Asst. Prof. Dr. Fikret YAZICI, Prof. Dr. Hakan AYDIN	50
İş Doyumu Faktörlerinden Ücret-Terfi-Yönetici Ve İşin Kendisinin İşgörenlerin İşten Ayrılma Eğilimi Üzerine Etkisi: Bişkek Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Alan Araştırması – 322 Dr. Mehmet ULUTAŞ	51
Butik Burgercilerde Müzik Unsuru: Kadıköy'de (İstanbul) Etnografik Gastromüzikoloji Çalışması – 323 Prof. Dr. Seyit YÖRE, Res. Assist. İrem ERDOĞAN TÜREN	52
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) Öncü Sektörlerin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi – 324 Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI	53
Üniversite Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Becerilerinin İncelenmesi: KKTC Örneği – 325 Asst. Prof. Dr. Emre ÇETİN, Inst. Selime GÜNTAŞ	54
Çocukluk Çağı Travmaları ile Evlilik Uyumu Arasındaki İlişkide Başa Çıkma Tutumlarının Aracı Rolü – 327 Hacer AYDINOVA, Fatma Gül CIRHINLIOĞLU	55
Mobil Bankacılıkta Algılanan Deneyimsel Değer Boyutlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması: Nevşehir Örneği – 330 Dr. Mustafa DEMİRHAN	57
Manevi ve İnsani Değer Eğiliminin Bireylerin Duygu ve Davranış Düzeyleri İle İlişkisinin İncelenmesi – 331 Psk. Sevtap Çakmak ÖZDEM, Asst. Prof. Dr. Ayşe BENGİSOY	58

Potential Antecedents of Intrapreneurship – 332 Asst. Prof. Dr. Georgiana KARADAS, Saniye HIÇYAKMAZER, Sanaz VATANKHAH, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN	59
Meslek Seçimini Etkileyen Değişkenlerin Analizi: Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Bölümünde Bir Alan Araştırması – 333 Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Asst. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU, Inst. Dr. Gülnaz KARAHAN	61
Özel Gereksinimli Bireye Sahip Annelerin Otomatik Düşüncelerinin İncelenmesi – 335 Tubanur Çelik İSKİFOĞLU, Fatma ERKIVANÇ, Sacide ŞAHİN, Melih Burak ÖZDEMİR, Hasan Basri DEDE, Asst. Prof. Dr. Ayşe BENGİSOY	63
Afiş Tasarımında Beyaz Alanlar – 336 Asst. Prof. Dr. Rahşan Fatma AKGÜL	65
Duygusal Emeğin İş Doyumu Üzerindeki Etkisi: Konya Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama – 337 Dr. Rabia YILMAZ	66
Konaklama İşletmelerinde Etik İklim Algılarının Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi: Konya İli Örneği – 338 Dr. Rabia YILMAZ	67
İşten Çıkış Mülakatlarının Örgüt Çalışanlarını Geri Kazandırmaya Etkisi: KKTC Yerel Bankaları Üzerine Bir Araştırma – 339 Olgun TOPALCIK, Assoc. Prof. Dr. Vecdal GÜNDÜZ	68
The Effect of Emotional Intelligence on Organizational Commitment: An Application on Hospital Employees – 340 Dr. Rabia YILMAZ	69
Mutluluk Ekonomisi: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme – 341 Asst. Prof. Dr. Süheyla ERİKLİ	70
Türkiye’de Genç İşsizliği ile Mücadelede Alternatif Bir Çözüm: Sosyal Girişimcilik – 342 Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK	71
Akıllı Ve Veriye Dayalı Tedarik Zincirleri – 343 Asst. Prof. Dr. İbrahim AKBEN, Mehmet ÖS	72
Bilgi ve İletişim Teknolojileri İhracat Düzeyi ve Kişi Başına Milli Geliri İlişkisi Üzerine Panel Eşbütünleşme Analizi – 344 Dr. Ebru Gül YILMAZ	73
Supply Chain Risk Management in the Energy Sector: The Case of East Med Gas – 345 Kemal HAŞİM	75
Girişimcilik Kültürünün Gelişimine Yerel Yönetimlerin Katkısı: Türkiye’deki Büyükşehir Belediyelerinin Etkinliklerinin Veri Zarflama Analiziyle Değerlendirilmesi – 347 Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Inst. Zeynep ÜNAL, İbrahim HARMANKAYA	76
Üniversiteli Gençler Açısından Girişimcilik Eğitimlerinin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi – 348 Nisa Nur MUSLUHITTINOGLU, Dr. Zafer ADIGUZEL	78
Sosyal Çevre ve Ekonomik Ortamın Girişimcilik Açısından Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması – 349 Nisa Nur MUSLUHITTINOGLU, Dr. Zafer ADIGUZEL	79
Psikolojik Güçlendirmeye Birlikte Örgütsel Bağlılık ve Stress’ in İş Yoğunluğu Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi – 350 Irem KUCUKOGLU, Dr. Zafer ADIGUZEL	82
Örgütsel Etkililiğin ve Katılımcı Liderliğin Yabancılaşma ve İş Doyumu’na Etkilerinin İncelenmesi – 351 Irem KUCUKOGLU, Dr. Zafer ADIGUZEL	84
Bankacılık Ve Sigortacılık Ön Lisans Programında Öğrenim Gören Öğrencilerin Zorunlu Staj Eğitimleri İle Mesleki Bağlılıkları Arasında İlişki: Bir Odak Grup Çalışması – 352 Inst. Gökhan BİLİCİ, Nuray BİLİCİ	86
Boreout Sendromunun Sosyal Kaytarma Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Alan Araştırması – 353 Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ, Asst. Prof. Dr. Alper GÜRER	87
The effect of motivational factors on entrepreneurship: Does uncertainty avoidance cultural value at the country level make a difference? – 354 Prof. Dr. Cem TANOVA, İzzet ATALAY	88
Fashion Marketing, Trust and Customer Loyalty to the Company's Brand: A Case of Study North Cyprus – 355 Hanna-Anastasua MELNYCHUK	89
Kamu Sağlık Sektöründe Örgütsel Vatandaşlık Üzerine Çıkarımlar: Görgül Bir Çalışma – 356 Asst. Prof. Dr. Murat AK	90
Sağlık Kurumlarında İletişim: Hasta-Sağlık Personeli İletişimi Üzerine Bir İnceleme – 357 Asst. Prof. Dr. Serdal IŞIKTAŞ, Dilan ÇİÇEKLİ	91
Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Kaynak Tüketim Muhasebesi Yöntemleri Arasındaki Farklar ve Bir Teorik Uygulama – 358 Inst. Ömer Burak PAKSOY, Inst. Dr. Necdet SEZAL	92
İslami Yönetim ile Konvansiyonel Yönetimin Karşılaştırılması Üzerine Bir Çalışma – 359 Inst. Kemal KAMACI	93

Dil Felsefesinin Tasavvuf İçerikli Şiirdeki Etkileri Üzerine Değerlendirmeler – 360 Prof. Dr. H. Esra KARABACAK	94
Önlisans Öğrencilerinin Kendi İşini Kurma Niyetini Etkileyen Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma – 361 Asst. Prof. Dr. Sibel AYDEMİR, Assoc. Prof. Dr. Oya KORKMAZ	95
Artırılmış Gerçeklik Teknolojisinin Ambalaj Tasarımı ve Pazarlamasında Kullanımı – 362 Inst. Ayşe İRİ, Asst. Prof. Dr. Emel BİROL	97
Leblebi Sektöründe Kayıtdışı İstihdam: Denizli İlinde Nitel Bir Araştırma – 363 Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Çağatay ÖNEY	98
Demografik Değişkenler İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kale Meslek Yüksekokulu Örneği – 364 Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Inst. Dilek ŞENEL	99
Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi: Pamukkale Üniversitesi Acıpayam Meslek Yüksekokulu Örneği – 365 Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Inst. Dilek ŞENEL	100
Hijyen Faktörlerin Çalışan Performansına Etkisi: Çağrı Merkezi Örneği – 366 Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, Inst. Gökhan BİLİCİ, Nuray BİLİCİ	101
Çocuk Edebiyatında Kitap Seçimi Ölçütleri (KKTC’ de) – 367 Assoc. Prof. Dr. Şevket ÖZNUR, Asst. Prof. Dr. Ejdan SADRAZAM	102
Tahincioğlu Basketbol Süper Ligi İsim Sponsorluğunun Taraftar Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi: Pilot Uygulama – 368 Özlem IŞIK İNAN, Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ	103
Debt and Equity Policy in Capital Structure Theories: Modigliani-Miller Theory, Trade-Off Theory, Pecking Order Theory and Agency Theory – 369 Hasan OZYAPICI, Omar TARZIBASHI	105
Dava Şartı Arabuluculuk Düzenlemesinin Fikri Mülkiyet Hukukundan Doğan Uyuşmazlıklara Etkisi – 370 Asst. Prof. Dr. Onur SARI	106
The Role of Advertising In Improving Ethno Tourism Of Kyrgyzstan: In Case Of World Nomad Games – 371 Dr. Kanyshai MUKTAROVA	108
Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesinde Psikolojik Sermayenin Rolü – 372 Inst. Burcu BATGA, Inst. Sümeyra CEYHAN, Exp. Sercan YILTAY	109
Duygusal Zeka ile Girişimcilik Eğilimi Arasında Öz Yeterliliğin Aracılık Rolü: Çukurova Üniversitesinde Bir Alan Araştırması – 373 Inst. Sümeyra CEYHAN, Exp. Sercan YILTAY, Inst. Burcu BATGA	111
An Analysis Of The Relationship Between R&D Expenditures and Employment: A Case for United States, Germany and Turkey – 374 Gülcan GÜZEL, Sedef ÇEVİKALP	113
Ekonomik Güven Endeksi İle İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksi Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği – 375 Gülcan GÜZEL	114
Better Performance With Mental Training – 376 Assoc. Prof. Dr. Rıdvan EKMEKCI, Asst. Prof. Dr. Bülent Okan MICOOGULLARI	115
Problem Solving Skills of Football Referees – 377 Assoc. Prof. Dr. Rıdvan EKMEKCI, Hamza Kaya BEŞLER	116
Türkiye’de Girişimcilik Tarihi: Genel Bir Değerlendirme – 378 Inst. Dr. Necdet SEZAL	117
Türkiye’nin Finansal Liberalizasyon Süreci ve Borçlanma İle Arasındaki İlişki – 379 Inst. Dr. Necdet SEZAL, Prof. Dr. Mahmut YARDIMCIOĞLU	118
The Determinants of Bank Liquidity Risk: Empirical Evidence From Turkish Banks – 380 Asst. Prof. Dr. Emrah DOĞAN, Asst. Prof. Dr. Onur ÖZDEMİR	120
Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Kuruluş Yeri Kararı: Atatürk Üniversitesi Girişimcilik Ofisi Örneği – 381 Assoc. Prof. Dr. Ersin KARAMAN, Esra ÖZMEN	121
Karnavalesk Bir Roman Olarak Mevlüt Süleymanlı’nın <i>Göç</i> Romanı – 382 Assoc. Prof. Dr. Gülsemin HAZER	122
Örgüt Kültürü ve İş Tatmini Arasındaki İlişkide Demografik ve Sektörel Değişkenlerin Rolü: Kamu ve Özel Sektör Havacılık Çalışanlarında Bir Araştırma – 383 Dr. İnan ERYILMAZ	123
Havacılık Örgütlerinde Olumlu Emniyet Kültürünün Yaratılmasında İlk Adım: Havacılık Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma – 384 Asst. Prof. Dr. Şener ODABAŞOĞLU	124
Sosyo-Kültürel Yapının Mimariye Yansıması; Lefke Örneği – 385 Asst. Prof. Dr. M. Selen Abbasoğlu ERMİYAGİL, Asst. Prof. Dr. Cemaliye Sunalp GÜRÇINAR	125
Görsel İletişim Yolu Olan Arttırılmış Gerçeklik Uygulamalarında Görsel Unsurların Kullanımı: Çocuk Kitapları Örneği – 386 Asst. Prof. Dr. Emel BİROL, Inst. Ayşe İRİ	126
Türkiye’deki Girişimcilik Faaliyetlerinin Analizi: Küresel Girişimcilik Endeksi Üzerine Bir İnceleme – 387 Asst. Prof. Dr. Özlem YAŞAR UĞURLU, Assoc. Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ	128

Makroekonomik Göstergelerin Merkez Bankası Karlılığına Etkisi: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ve Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) Merkez Bankası Karşılaştırması Üzerine Bir Çalışma – 388 Kenan ŞAHİN, Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI	129
Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma – 389 Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR, Res. Assist. Erkan NUR, Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN	130
İş Yaşamında Yeni Neslin Ayak Sesleri: K Kuşağı – 390 Res. Assist. Erkan NUR, Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN, Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR	132
Gönüllülük Faaliyetine Katılan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri ve Girişimcilik Faktörleri Arasındaki İlişki – 391 Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ, Özlem IŞIK İNAN	134
BİST’ de İşlem Gören Lokanta ve Otel İşletmelerinin Finansal Performans İncelemeleri: ÇKKV Araştırması – 393 Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Erkan ÇIBIK, Res. Assist. Hatice CAN ÖZİÇ	135
Piyasa Değeri/Defter Değeri Oranı ve TOBIN’S Q Oranı Yöntemleri ile Lokanta ve Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermayelerin Karşılaştırılması – 394 Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Erkan ÇIBIK, Aygül ÖZTÜRK	136
Cocoon Work Art of Cyprus Tradition: As An Ethnographic Research – 395 Ecem YILDIZ	137
Ekonomik Büyüme ve CO2 Emisyonları İlişkisi: Meksika İçin Bir Çevresel Analiz – 396 Dr. Hasan RÜSTEMOĞLU	138
Z Nesli Çocuğunu Tanımak – 397 Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR, Exp. Sıdika BAŞBUAĞ, Alper Remzi AYDIN	139
Relationship Between University Image and Student Loyalty: A Study on Perceptions of Students – 398 Dr. Ayşen BERBEROĞLU	140
Sağlık Meslek Mensuplarının Meslekleriyle İlgili Yasal Sorumlulukları ve Yükümlülükleri – 399 Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER	141
Yöneticilerin Liderlik Özellikleri ve Kontrol Odaklarının Karar Verme Stilleri Üzerindeki Stratejik Etkileri: İstanbul İlinde Bir Uygulama – 400 Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER	142
Çocukluk Döneminde Cinsel İstismar – 401 Barış TUNCER	143
Country Variables and Individual Perceptions of Climate Change – 402 Asst. Prof. Dr. Defne GÜNAY, Asst. Prof. Dr. Gizem ARIKAN	144
Tele Çalışma ve Ortaya Çıkan Sorunların Çalışanlar Üzerindeki Etkisi – 403 Tuğba İNCENACAR	145
Örgütsel Etiğin Kurumsal İtibara Etkisi Üzerine Bir Literatür Çalışması – 404 Prof. Dr. Himmet KARADAL, Inst. Abdullah DEMİR	146
Örgütlerde Kadına Yönelik Cinsel Tacizi Açıklayan Kuramsal Modeller ve Önleme Yöntemleri – 405 Prof. Dr. A. Çiğdem KIREL	147
Çalışanların Eğitim ve Kariyer Yönetimi Algılarının Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi – 407 Ertuç GÜLAKDENİZ, Dr. Ayşen BERBEROĞLU	148
Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Swot Analizi ile Uygulanabilirliği – 408 Beyza SOYER, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ	149
Evaluating the Structure of Brand Equity with Confirmatory Factor Analysis – 409 Asst. Prof. Dr. Selim TÜZÜNTÜRK	150
İşsiz Bireylerin Demografik Özellikleri Ve İş Arama Tercihleri Üzerine Bir Araştırma – 410 Inst. Dilek ŞENEL	151
Meslek Yüksekokulunda Eğitim Gören Kadın Öğrencilerin Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma – 411 Inst. Dilek ŞENEL, Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY	152
Kayıt Dışı İstihdam: Türkiye’de Genç İstihdamı Üzerine Bir Araştırma – 412 Inst. Dilek ŞENEL	153
Spor Yöneticisi Adaylarının Kariyer Uyumu ve Yenilikçilik Eğilimlerinin Girişimcilik Potansiyellerini Yordayıcı Etkisi – 413 Assoc. Prof. Dr. Kadir YILDIZ, Ayşe SEVİMLİ	154
Tüketicilerin Kişilik Özellikleri İle Finansal İyilik Hali Ve Risk Alma Tutumu Arasındaki İlişki – 414 Mesut DOĞAN, Inst. Dr. A. Selçuk KÖYLÜOĞLU, Asst. Prof. Dr. Abdurrahman GÜMRAH	156
Örgütsel Sosyalleşmenin Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatminine Etkisi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Örneği – 415 Inst. Fatih İbrahim KURŞUNMADEN	157
Empirical Study of the Branding Strategy in Influencing Brand Equity Amongst Youth: The Case of Pakistan Luxury Apparel Industry – 416 Junaid KHAN	158

The Role of Gender on Nomophobia and Smartphone User: The Case of Northern Cyprus – 417 Nasim NIKSIAR, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN, Res. Asst. Mehmet Necati CIZRELIOĞULLARI	159
Algılanan Örgütsel Desteğin İlişkisel Ağı Üzerine Ulusal Yazında Bir Meta-Analiz Çalışması – 418 Res. Assist. Dr. Deniz DİRİK	160
Türkiye'deki Alternatif Turizm Türlerinden Medikal Turizm: Türkiye'de Medikal Turizmin Gelişimi ve SWOT Analizi – 419 Asst. Prof. Dr. H. Neyir TEKELİ	163
The Advancement and Improvement of Sharing Corporate Social Responsibility (CSR) in the Garment Industry of Bangladesh – 420 Mohammad ALI	164
An Explorative Analysis of Knowledge Management and Organisational Performance: the case of Logistics Sector – 421 Krishnaveni NAIDOO, Dr. Dababrata CHOWDHURY	165
Ağızdan Ağıza İletişimin Tüketici Temelli Marka Değerine Etkisi: Elektronik Ürünler Pazarında Z Nesli Üzerine Bir Araştırma – 422 Asst. Prof. Dr. İsmail ELAGÖZ, Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA	166
Piyasaların Ve İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi İle Ulusal Yükseköğretim Başarısının, Ulusal Rekabet Gücü Başarısı Üzerindeki Etkisi: Seçilmiş OECD Ülkelerinde Panel Veri Analizi – 423 Dr. Karahan KARA, Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA	167
Çalışanların Öz Yeterlilik Algılarının İç Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisinde Başarı İhtiyacının Düzenleyici Rolü: X ve Y Kuşakları Arası Karşılaştırma – 424 Res. Assist. Taha Yusuf ÇAKAREL, Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ, Prof. Dr. Mahmut PAKSOY	168
Beş Faktör Kişilik Modeli Girişimcilik Niyetini Etkiler mi? – 425 Prof. Dr. Himmet KARADAL, Asst. Prof. Dr. M. Halit YILDIRIM	170
Bilgi Paylaşımı Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi – 426 Asst. Prof. Dr. M. Halit YILDIRIM, Yalçın GÜMÜŞSOY	171
Girişimcilik Niyeti Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi – 427 Prof. Dr. Himmet KARADAL, Dr. Ahmet Tuncay ERDEM	172
Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Harry Potter – 428 Prof. Dr. Sezer AKARCALI	173
Çocuklarda Temel Yaşam Desteği Eğitiminin Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Temel Yaşam Desteği Uygulama Beceri Düzeylerine Etkisi – 429 Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR, Inst. Exp. İsmet ÇELEBİ	174
Bedenin Metalaşma Süreci Ve Reklam Yoluyla İmaj Yaratımı – 430 Assoc. Prof. Dr. Bülent KARA, Aliye KAÇMAZ	175
Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı ve Etkileyici Pazarlama (İnfluencer Marketing) Üzerine Bir Analiz – 431 Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ	177
An Investigation into the Management of Change in Private Sector Health Care Organization in Bangladesh: A Mixed Methods Inquiry Based on the Implementation of New Framework to Support Health Care Organization – 433 Ali AHMAD, Dr Dababrata CHOWDHURY	178
Türk Kurtuluş Savaşı'nda İstihbarat Çarkı – 434 Assoc. Prof. Dr. Serdar YURTSEVER	179
BIST-100 Ve BIST-Tüm Endekslerinde Güç Oranı Yöntemiyle Ocak Ayı Anomalisinin Test Edilmesi – 435 Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Res. Assist. Hatice CAN ÖZİÇ, Erkan ÇIBIK	180
Anaokullar İçin Oyun ve Yaratıcılığın Modern Eğitim, Öğretim ve Yönetim Metodolojileri ile Zenginleştirilmesi – 436 Arzu DOLMAZ	181
Effective Digital Marketing Strategies to Improve Competitive Advantage and Lead Generation of Education Consultancies in Nepal. A Mixed Method Study – 437 Mr. Deepak Bahadur KHADKA	182
Is Virtual Management Possible? A Research in D-Smart Company – 438 Asst. Prof. Dr. Meriç Esat BEBİTOĞLU	183
Öğrenmeye Açıklık: Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma – 439 M. Kürşat TÜRKER	184
Çocukları İlkokulda Öğrenim Gören Ebeveynlerin Çocuk Kitaplarının Seçimine İlişkin Görüşleri – 440 Asst. Prof. Dr. Selma KORKMAZ, Exp. Tülay KAYA TEKMAN	185
Otomobil Sektöründe Marka İmajı ve Müşteri memnuniyetinin Tutumsal Bağlılık ve Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi: KKTC Örneği – 441 Murat TORUN, Dr. Ayşen BERBEROĞLU	186
Türkiye'deki Sağlık Kuruluşlarının İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Analizi – 442 Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, İbrahim HARMANKAYA, Inst. Zeynep ÜNAL	188
Türkiye'deki Orta Öğretim Kurumlarının Performanslarının Veri Zarflama Analizi ile Değerlendirilmesi – 443 Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, İbrahim HARMANKAYA, Inst. Zeynep ÜNAL	190

Örgütsel Meşruiyet Kaynakları Bağlamında Türkiye’deki UBER Uygulamasının Değerlendirilmesi – 444 Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ	192
Örgüt Yapısı ve İç Girişimcilik İlişkisinin Teorik Olarak İncelenmesi – 445 Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ	193
Örgütsel İletişimde Fısıltı Yönetimi: Teorik Bir İnceleme – 446 Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ	194
Algılanan Örgütsel Adaletin Olumlu Sosyal Davranışlar Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma – 447 Prof. Dr. Şule AYDIN, Assoc. Prof. Dr. Duygu EREN, Inst. Kayhan KARAKAYA	195
Attracting More Tourists to North Cyprus by Focusing on Gastronomy Tourism – 448 Asst. Prof. Dr. Sarvnaz BARADARANI, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN	196
İnnovatif Yaklaşımın Kanvas İş Modelinde Değerlendirilmesi: Örnek Bir Uygulama – 449 Inst. Dr. Ayşen AKBAŞ TUNA	197
Ümmetin Salahi Kapsamında Fıkıh Eğitimi ve Sorunları – 450 Asst. Prof. Dr. Samire Hasanova AYDIN	199
Role of Technological Innovation on SME’s, A casse study of dairy sector in Pakistan – 451 Sikandar Feroz KHALID	200
Sosyal Medya Kullanımında Ahlaki Boyut – 452 Inst. Dr. Nebiye KONUK	201
Ethical and Innovative Practices in the Child Food Industry of Bangladesh: A Qualitative View – 454 Rahaman HASAN, Dr. Dababrata CHOWDHURY	202
Geçmişten Günümüze Milli Kültür Şuraları – 455 Prof. Dr. Emine KOLAÇ, Meryem KEKEÇ, Samet KANTEKİN	203
Çin Kültüründeki Tao Anlayışının Eski Çağlarda Türk Yönetim Sistemindeki Karşılığı Meselesi Üzerine Bir İnceleme – 456 Inst. Ayten AKCAN	204
Sivil Toplum Kuruluşlarının Bölgesel Kalkınmadaki Rolünün Değerlendirilmesi – 457 Asst. Prof. Dr. Suna Muğan ERTUĞRAL, Prof. Dr. Mehtap ÖZDEĞER, Merve DÖLEK	205
Türkiye’deki Start-Up Yatırımlarından Finansal Teknolojileri (FinTech): Türkiye FinTech Ekosistemi ve Gelişimi – 458 Asst. Prof. Dr. Furkan EVRANOS	206
Kentsel Sit Alanlarındaki Yenileme Çalışmalarının Turizm Açısından Değerlendirilmesi – 459 Res. Assist. Sezgi GEDİK	208
Cultural Entrepreneurship in Creative Industries – 460 Dr. Cigdem KAYA, Nelson PHILLIPS	209
Borçlanma Maliyetlerinin TFRS ve BOBİ FRS Açısından Karşılaştırılmasına İlişkin Uygulama Örnekleri – 462 Prof. Dr. Seçkin GÖNEN, Asst. Prof. Dr. Emin YÜREKLİ	210
Liderlik Yaklaşımının Çalışan Motivasyonuna Etkisi: Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma – 463 Prof. Dr. Asım SALDAMLI, H. Çağla ADALAN	211
Sağlık Hizmetlerinde Dönüşüm: Türkiye Örneği – 466 Prof. Dr. Serpil AĞCAKAYA	212
Sanal Dünyada Sadakatın Oluşumunda Psikolojik Sahiplenme Teorisi: WhatsApp Örneği – 467 Assoc Prof. Dr. Selma KALYONCUOĞLU, Res. Assist. Emine ŞENBABAOĞLU DANACI	213
Better Business Education towards Development of Entrepreneurship– 468 Assoc. Prof. Dr. Aril CANSEL, Assoc. Prof. Dr. Erdogan EKİZ	214
Entrepreneurship and Social Media in the Creative Industries: A Socio-Technical Perspective of Entrepreneurial Discovery of Value Opportunity and Exploitation – 469 Al Otaiba, Maysson	215
Woman Entrepreneurship In Turkey, Factors Leading Women To Entrepreneurship And Analysis Of The Present Socio-Economic Structure, National And International Supports Provided For Woman Entrepreneurs – 471 Lect. Selen ÇELİKÖZ	216
Deniz Baykal Dönemi CHP ve Türk Sosyal Demokrasinin Evrimi – 472 Prof. Dr. İsmail AKBAL, Ezgi Gizem YOLLU	217
KKTC’deki Velilerin Öğretmen Tercihlerinde Toplumsal Cinsiyetin Rolü – 477 Msc. Meliha Aslam ORKUN, Ayşe BAYIRLI	218
Investigation of the Relationship Between Organizational Cynicism and Organizational Commitment – 473 Kerim KARADAL, Prof. Dr. Zeyyat SABUNCUOĞLU, Ahmet Cengiz UÇAR	220
İlk ve Acil Yardım Öğrencilerinin Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Durumları – 476 Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR, Inst. Exp. İsmet ÇELEBİ	222

KKTC'deki Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü Mezunlarının “İlköğretimde Ödev” Kavramına İlişkin Metaforik Algıları – 478 Msc. Meliha Aslam ORKUN, Ayşe BAYIRLI	223
Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdama Etkisi: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Karşılaştırması – 473 Asst. Prof. Dr. Mehmet ALTUNTAŞ, Res. Assist. Barış Erkan YAZICI	225
Türk Mutfağının Uluslararasılaşma Sorunlarına İlişkin Nitel Bir Araştırma – 470 Res. Assist. Başak ÖZYURT, Havva ÇIVGIN, Prof. Dr. Muharrem TUNA	226
A Qualitative Study on the Problem of Agency Theory of Family Businesses – 474 Asst. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM	227
Demographic Characteristics and Emotional Exhaustion – 475 Inst. Kayhan KARAKAYA, Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN	228
Girişimcilik Yöneliminde Güncel Yaklaşımlar – 432 Assoc. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN	229
Finansal Performansın Vikor Yöntemi ile Değerlendirilmesi: BIST Holding ve Yatırım Endeksinde Yer Alan Şirketler Üzerine Bir Uygulama – 464 Assoc. Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU, Inst. Nihan CABA	230
Hisse Senedi Seçiminde Etkili Olan Faktörlerin Topsis Yöntemi ile İncelenmesi: BIST 50 Örneği – 465 Assoc. Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU, Inst. Nihan CABA	231

Girişimcilerin Başarısızlık Nedenleri – 301

Prof. Dr. Mazlum ÇELİK

Hasan Kalyoncu University, SBE
mazlum.celik@hku.edu.tr

Sedat YAKUPOĞLU

Hasan Kalyoncu University, SBE
sedatyakupoglu@hotmail.com

ÖZET

Nitel yöntemle yapılan bu çalışmada, Kars ilinde çeşitli hibe programlarından faydalanıp, işletme açmış fakat başarısız olmuş girişimcilerin başarısızlığını etkileyen faktörler araştırılmıştır. Yaşadıkları sorunlar daha detaylı incelenmesi bakımından yaş, cinsiyet, eğitim ve faaliyette bulunulan süre faktörleri ele alınarak çalışmalar sonucunda başarısızlığa etki eden faktörler tasnif edilmeye çalışılmış, elde edilen sonuçlarla yeni girişimcilere tecrübe aktarımı yapılması amaçlanmıştır. Görüşmecilerle ilk olarak telefonla irtibata geçilmiş ve randevu alınmıştır. Başarısız olmuş toplam 14 girişimciyle yarı yapılandırılmış mülakat yöntemiyle yüz yüze görüşme yapılarak araştırmanın verileri toplanmıştır. Başarısızlık faktörleri yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve faaliyet gösterilen iş koluna ve işletmenin faaliyette bulunduğu süreye göre farklılık göstermiştir. Başarısızlığa neden olan faktörler incelendiğinde girişimcilerin büyük kısmı, seçtikleri sektörün, yeterli Öz sermayelerinin olmamasının, bankalarla olan ilişkilerin, ülkenin ekonomik durumunun, öngörülemeyen olayların, kuruluş yeri seçimindeki hataların ve kişilik özelliklerinin temel başarısızlık nedenleri olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişim, Girişimci Kavramı, Başarısızlık Nedenleri

The Reasons of Failure of Entrepreneurs

ABSTRACT

In this study, which was conducted by qualitative method, the factors affecting the failure of the entrepreneurs who opened a business but benefited from various grant programs in the province of KARS were investigated. In order to investigate the problems they face, the factors related to age, gender, education and duration of the activities were analyzed and the factors affecting the failure were tried to be classified and the results were aimed to transfer experience to the new entrepreneurs. The first contact with the interviewers was made by phone and an appointment was made. A total of 14 unsuccessful entrepreneurs were interviewed face-to-face with semi-structured interview methodology. Failure factors differed according to age, gender, educational status and activity and the duration of operation. When the factors causing the failure were examined, most of the entrepreneurs were identified as the main reasons of failure of the sector they chose, the lack of adequate capital, the relations with the banks, the economic situation of the country, the unforeseeable events, the errors in the selection of the location and the personality characteristics.

Keywords: Enterprise, Entrepreneur concept, Reasons for failure

Bilimsel Çalışmalarda Akademisyenler Tarafından Kullanılan Bilgi Erişim Sistemleri – 302

Inst. Okan KOÇ
Balıkesir University
okankocbby@gmail.com

ÖZET

Bilgi erişim sistemleri, bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişime paralel olarak insanlığı etkisi altına alarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde teorik anlamda birçok çalışmanın dijital kültürün imkânları doğrultusunda yürütüldüğü görülmektedir. Bilgi erişim sistemleri, bilginin yeniden üretim aşamasında araştırmacıların rehberlik/ danışmanlık rolünü üstlenen yapılardır. Hız, fiyat ve kullanım kolaylığı gibi avantajları ile günümüz kütüphanelerinin ve araştırmacılarının vazgeçilmez bir parçasıdır. Geleneksel süreçler dışında, akademik bilginin yeniden üretilmesinde hayati öneme sahip olan günümüzün bilgi merkezleri hakkında düşünmeyi zorunlu kılar. Aynı zamanda, araştırma destek sütununu oluşturan bilgi erişim sistemleri, gelecekteki toplumun yaratılmasında önemli bir role sahiptir. Araştırmada bilimsel bilginin yeniden üretim sürecinde bilgi erişim sistemlerinin önemine değinilmiştir. Ayrıca, Bilgi erişim sistemlerinin ve teknolojilerinin akademik çalışmalardaki kullanımının etkisi üzerine yönelik bir değerlendirme gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi erişim sistemleri, Akademik bilgi, Bilgi üretimi

Information Access Systems Used by Academicians in Scientific Studies

ABSTRACT

Information access systems have emerged by influencing humanity in parallel with the development of information communication technologies. Nowadays, it is seen that many studies in the theoretical sense are carried out in line with the possibilities of digital culture. Information access systems are the structures that undertake the guidance / consulting role of the researchers in the re-production of information. It is an indispensable part of today's libraries and researchers with its advantages such as speed, price and ease of use. It makes it compulsory to think about today's information centers, which are of vital importance in the reproduction of academic knowledge, except traditional processes. At the same time, information access systems that constitute the support column of research have an important role in the creation of the future society. In the research, the importance of information access systems in the reproduction process of scientific information is mentioned. In addition, an evaluation has been carried out on the effect of use of information access systems and technologies in academic work.

Keywords: Information access systems, academic knowledge, information production

Küresel Dijital Çağda Emek – 303

Inst. Okan KOÇ
Balıkesir University
okankocbby@gmail.com

ÖZET

Kapitalizmin hayatın her alanına, her boyutuna nüfuz ettiği, teknolojik değişimin her geçen gün insanlığı derinden etkilediği bir dönemin içerisindeyiz. Bugün için ortaya yeni çıkan emek süreçleri birkaç ay içinde eskimekte, hızla yeni iş kolları tanımlanmaktadır. Günümüzde bireyin ortaya çıkan bu düzendeki karmaşıklığı geleneksel ve kuramsal yöntemlerle kavrayamayacağı düşünülmektedir. Birey için bedensel ve bedensel olmayan işler arasındaki ayrım ortadan kaldırılmış, yeniden düzenlenmiş ve üretim, dağıtım ve tüketim arasındaki sınırlar kaldırılmıştır. Yaşamın geleneksel işleyişi yeni iş alanları ile karşılaşmaktadır. Sanal ve dijital kültürün yaşamın her yönü üzerindeki etkisi yeni tartışma konularını da beraberinde getirmiştir. İnternete bağlı platformların varlığı, dijital emekle ilgili üretim ve tüketim olgularının yeniden incelenmesini doğurmaktadır. Bu çalışmada dijital emek kavramı vurgulanmış ve başlangıç noktaları tartışılmıştır. Ayrıca, günümüz dijital kültürüne ağırlık verilerek, çevrimiçi platformların emek kavramı üzerindeki etkilerine değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital ekonomi, dijital emek, dijital kültür

Labor in the Global Digital Age

ABSTRACT

We are in a period where capitalism has penetrated every aspect of life, into every dimension, and technological change is deeply affecting humanity. The new labor processes that have emerged for today are aging in a few months, and new business lines are defined rapidly. Nowadays, it is thought that the individual cannot comprehend the complexity in this order by traditional and theoretical methods. The distinction between physical and non-physical work for the individual has been eliminated and rearranged and the boundaries between production, distribution and consumption have been removed. The traditional functioning of life is confronted with new business areas. The effect of virtual and digital culture on every aspect of life has brought about new topics of discussion. The existence of platforms connected to the Internet emphasizes the re-examination of production and consumption phenomena related to digital labor. In this study, the concept of digital labor is emphasized and the starting points are discussed. In addition, by focusing on today's digital culture, the effects of online platforms on the concept of labor have been mentioned.

Keywords: Digital economy, digital labor, digital culture

Analysis of Change in Individual Welfare Indicators in TRNC – 305

Lect. Ayşe ÇOBAN

Selcuk University, Department of Logistic, Konya, Turkey
acoban@selcuk.edu.tr

Prof. Dr. Orhan ÇOBAN

Selcuk University, Department of Economics, Konya, Turkey
ocoban@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

The main objective of economic policies is to increase the welfare of individuals and society in the final analysis. Individual and social welfare increases are discussed with economic growth and development concepts. The policies implemented in previous periods were generally aimed at increasing the incomes of individuals. These data are dealt with in the international comparisons by the per capita income concept. Since the 1980s, when the globalization trends gained momentum, the intangible indicators started to be taken into consideration in the analysis of the level of welfare.

The aim of this study is to analyze the change in the individual welfare indicators in the Turkish Republic of Northern Cyprus. In the analyzes, which were taken into consideration in 1977-2016 data, per capita electricity consumption, per capita fuel consumption, number of automobiles per thousand people, number of phones per thousand persons and number of mobile phones per thousand people were taken into consideration.

According to the results of the analysis, electricity consumption per capita in the period handled was 2.9 times, fuel consumption per capita was 1 times, the number of cars per thousand people was 3.2 times, the number of the phone number decreased to 4.8 times, and the number of mobile phones decreased to 488 times.

Keywords: Individual Welfare; Welfare Indicators; TRNC

The Impact of Tourism Sector on Economic Growth: The Example of TRNC – 306

Prof. Dr. Orhan ÇOBAN

Selcuk University, Department of Economics, Konya, Turkey
ocoban@selcuk.edu.tr

Lect. Ayşe ÇOBAN

Selcuk University, Department of Logistic, Konya, Turkey
acoban@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

In this study, it is aimed to analyze the effect of tourism sector on national income in the TRNC which tries to solve the problems of recognition at international level as well as the disadvantage of being an island country. In addition to ADF testing, regression analysis and Granger causality test were used in the analyzes.

According to the results of the ADF test, it was found that both variables taken into account in the analyzes did not contain unit roots and were stable at level I (0). The estimation model obtained from regression analysis was found to be significant in terms of both statistical and econometric indicators. In this context, it was concluded that a 1% increase in the tourism sector positively affected the economic growth by 0.45%. According to the last Granger causality test, a causality relationship could not be determined between the variables.

Keywords: Tourism Sector; Economic Growth; TRNC

The Basic Effects Of Women To Be The Entrepreneur And The Problems In The Practice Research: Konya Female Pharmacists Example – 307

Prof. Dr. Adnan CELİK

Faculty of Economics and Administrative Sciences, Selcuk University
adnancelik@selcuk.edu.tr

Hale CAKİR

Institute of Social Sciences, Selcuk University
halee.cakir@hotmail.com

ABSTRACT

Women entrepreneurs benefit from their own economies as well as their communities through employment. The rapidly changing economic conditions have allowed women to take part in economic life, and there has also been an increase in the number of women entrepreneurs who have established their own business, except for working women for a certain fee. In the context of the historical development of entrepreneurship, the changes and practices that come into the agenda after 1990s are undeniable. In particular, the development of internet and communication, the questioning of women's rights, the increase in women's entrepreneurship, regional integration and globalization trends, intercultural interaction, the increase of international strategic cooperation and the emergence of new management techniques and tools have begun to affect our country as well as the world. With the legal arrangements and public supports, the front of women's entrepreneurship has been opened.

In this study, it was aimed to reveal the main factors that lead women to be entrepreneurs and the problems encountered in practice. In the case of Konya female pharmacists selected as research area; determination of profiles of female pharmacists, determination of demographic and general characteristics of them, aiming to examine the factors that lead them to this profession and the problems they face. The findings of the research were analyzed and evaluated.

Keywords: Women Entrepreneurship, Pharmacy, Women Pharmacist Entrepreneurs

Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Temel Etmenler Ve Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar Araştırması: Konya Kadın Eczacıları Örneği

ÖZET

Kadın girişimciler hem kendi ekonomilerine hem de sağladıkları istihdam sayesinde toplumlarına faydalı olurlar. Hızla değişen ekonomik koşullar, kadınların da ekonomik hayatta yer edinebilmelerini sağlamış ve belirli bir ücret karşılığında çalışan kadınların dışında kendi işini kuran kadın girişimci sayısında da artış yaşanmıştır. Girişimciliğin tarihsel gelişimi bağlamında, özellikle 1990'lardan sonra gündeme gelen değişim ve uygulamaların yadsınamaz önemi vardır. Özellikle, internet ve iletişimin gelişmesi, kadın haklarının sorgulanması, kadın girişimciliğindeki artışlar, bölgesel entegrasyon ve küreselleşme eğilimleri, kültürlerarası etkileşim, uluslararası stratejik işbirliklerinin artması ile yeni yönetim teknik ve araçlarının ortaya çıkması dünya ile birlikte ülkemizi de etkilemeye başlamıştır. Yasal düzenlemeler ve kamu destekleri ile kadın girişimciliğin önü açılmıştır.

Bu çalışmada kadınları girişimci olmaya yönelten temel etmenler ile uygulamada karşılaşılan sorunların ortaya konması amaçlanmıştır. Araştırma alanı olarak seçilen Konya kadın eczacılar örneğinde; kadın eczacıların profillerinin belirlenmesi, demografik ve genel özelliklerinin tespiti, onları bu mesleğe yönelten etmenlerin ve karşılaştıkları sorunların incelenmesi hedeflenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular analiz edilmiş ve değerlendirilmelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kadın Girişimcilik, Eczacılık, Kadın Eczacı Girişimciler

The Roles That Large-Scale Enterprises Should Take In National Development: SWOT Analysis Of The Turkish Republic Of Northern Cyprus – 308

Prof. Dr. Adnan CELIK

Selcuk University, Faculty of Economics and Administrative Sciences
acelik@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

Businesses are work organizations that make various contributions in regional and national level. At this point, economy of scale or size has an undeniable significance. When businesses are classified based on their sizes, the measures used most commonly are as follows: “the number of employees, totally possessed capital, the amount of raw material processed in a certain period of time and production volume, the number of machines and counters, the amount of energy used in a certain period of time, the sum of wages paid to the employees in a certain period, the volume of sales in a certain period, the space that the business covers, the number of buildings (social structures, etc)”.

Using these measures one by one and independently from each other while determining business size may not always be a realistic action. In other words, one or more, or all of these measures can be used at the same time. On the other hand, which measure to use essentially in determining the size will depend on the goal and activity type of the business.

Businesses can be divided into four groups in terms of size which are micro, small, medium-sized and large enterprises: a)Micro Enterprises: These are businesses that employ fewer than ten people annually and whose annual net sales revenue or financial balance sheet does not exceed 1 million TL. b)Small Enterprises: These are businesses that employ fewer than fifty people annually and whose annual net sales revenue or financial balance sheet does not exceed 8 million TL. These enterprises often try to become medium-sized enterprises by increasing their capital. c)Medium-Sized Enterprises: These are businesses that employ fewer than two hundred and fifty people annually and whose annual net sales revenue or financial balance sheet is less than 125 million TL. d)Large Enterprises: These are businesses that employ more than two hundred and fifty people annually and whose annual net sales revenue or financial balance sheet is higher than 125 million TL.

Large enterprises have close relationships with the industrialization process. This is because development and industrialization, in a sense, is equal to having modern and large enterprises. Today, these businesses have a big role and contribution in the technological advancements in every country. The reason for this is that, research studies constantly carried out in the research laboratories of large enterprises often result in new inventions and they are transferred to business management field as innovations and bring about new products and services. Those which are transformed into giant businesses attempt large-scale investments that other businesses cannot accomplish. Nuclear plants, dams, large oil refineries, large harbours, sea water desalination plants, shipping and war industris, etc. constitute main fields of interest of these businesses.

The theoretical part of this study reveals the roles that large-scale businesses must take in national development. In the analysis section, the example of Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC) is examined. The performances of the large-scale businesses in TRNC are assessed and a SWOT analysis is developed concerning the subject.

Keywords: Large-Scale Enterprises, National Development, SWOT Analysis, Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC)

Reassessing Augmented Role of Urban Diplomacy in International Politics – 309

Dr. Lect. Pınar AKARÇAY

Trakya University, KASS
pakarcay@hotmail.com

Dr. Lect. Gökhan AK

Niğantaşı University, FEASS
gak2081@yahoo.co.uk

ABSTRACT

Diplomacy indeed existed before the existence of states. Thus, since ancient Greece, cities –sometimes as states– were co-opting with regional politics through an organized system of diplomacy. However, in our modern world today, while associations of states, NGOs and multinational corporations increasingly play roles in diplomacy, reassessment of the expanding role of another significant, but less-considered actor in diplomacy, namely the city. This omission is remarkable given the increasing importance of cities around the world since more people live in urban than in rural areas since 2007. Thus, cities today matter more in the world than ever through a unprecedented rise in technology and globalization. Therefore, in today’s international relations, metropolises try to augment cooperation and inter-operability among political actors in terms of socio-political issues, using appropriate application of urban diplomacy to achieve superior position in global policy-making. Application of extensive knowledge of the principles and practice of negotiation to the increasingly important subject of regulation of the international politics through urban diplomacy is crucial in accomplishing to create a cooperatively global response for a sustainable peaceful future. In this vein, urban diplomacy gives us a perceptive and co-operative analysis of the successes and weaknesses of past international negotiations affecting international politics. Drawing out from all these, this paper endeavors to explore through introducing the concept of urban diplomacy, defined as the institutions and processes by how cities, or local governments in general, engage in relations with actors on an international political stage with the aim of representing themselves and their interests to one another.

Keywords: City, Diplomacy, Urban Diplomacy, International Politics, Promoting Peace.

Kuşak Farklılıklarına Göre İş Yaşam Dengesi Algısının Araştırılması: Kahramanmaraş'ta Çalışan Avukatlar Örneği – 310

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ

Selçuk University, FEAS
takgemci@selcuk.edu.tr

İlkay Can BAĞCI

ilkaycanbagci@gmail.com

Res. Assist. Serap KALFAOĞLU

Selçuk University, FEAS
serapkalfaoglu@selcuk.edu.tr

ÖZET

Hemen hemen dünyanın her yerinde farklı kuşaklarda olsalar da insanlar birlikte aynı iş yerinde çalışabilmektedir. Tüm insanların, kuşakların etkisiyle oluşan farklı özelliklere sahip olsalar da ekonomik, sosyal ve kültürel hayatın farklılığı içerisinde kendilerine yer edinmişlerdir. Fakat farklı yaş grupların aynı kurumda çalışması da beraberinde yöneticiler ve iş yaşam dengesi sağlamak için bazı sorunları beraberinde getirmektedir.

Global dünya düzeninde rekabet koşullarının değişmesi, insanların demografik yapıların değişmesi ile birlikte insan kaynakları yönetiminde ve çalışanların hem sosyal hayatını hem de iş hayatını yoluna koyması giderek zorlaşmıştır. 1900 ve 2000 yılları arasında doğan her bireyin kendine özgü bir yaşamı ve hayat şekli vardır. Bu farklılıklar da sosyal ve iş çevrelerinden kaynaklı olmuştur. 100 yıllık dönem içerisinde hali hazırda iş hayatında bulunan üç kuşak vardır: Bebek Patlaması kuşağı, X kuşağı ve Y kuşağı.

Bu araştırmada “kuşaklar” ve “iş-yaşam dengesi” değişkenleri arasındaki ilişkiler Kahramanmaraş'ta çalışan avukatlar üzerinde incelenmiştir. Bu araştırmada Bebek patlaması, X ve Y kuşaklarının özellikleri, iş ve sosyal hayattan bekledikleri ve bu bağlamda iş-yaşam dengesini nasıl gördükleri irdelenmiştir ve bu kuşaklara anket uygulanarak araştırma yapılmış, edinilen bulgular ışığında analiz yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kuşaklar, Kuşak Farklılıkları, İş-Yaşam Dengesi.

Research of Work Life Balance Perception Based on Generation Differences: A Case Study of Lawyers Working in Kahramanmaras

ABSTRACT

Almost anywhere in the world, people can work together in the same workplace, even if they are in different generations. All people, despite having different characteristics due to generations, they have taken place in the difference of economic, social and cultural life. However, working with different age groups in the same institution brings with it some problems in order to provide managers and work-life balance.

With the changing of competitive conditions in the global world order, and with the changing of demographic structures it has become increasingly difficult for human resources management and employees to put both their social and business lives on the path. Every person born between 1900 and 2000 has its own unique lifestyle. These differences also stem from social and business environments. Already over 100 years, there are three generations in business life such as Baby Boomers generation, X generation and Y generation.

In this study, we examined the relationships between "generations" and "work-life balance" variables on lawyers working in Kahramanmaraş. In this research, the characteristics of the Baby Boom, X and Y generations, business and social life expectancy and how they see the work-life balance in this context are examined. In this study to examine these generations, a survey was conducted, and from the acquired findings the analysis were performed.

Keywords: Generations, Generation Differences, Work-Life Balance.

İşkolikliğin İş-Aile Çatışması Üzerindeki Etkisi: Avukatlar Üzerine Bir Araştırma – 311

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ

Selçuk University, FEAS
takgemci@selcuk.edu.tr

İsmail KURT

i.kurt925@hotmail.com

Res. Assist. Serap KALFAOĞLU

Selçuk University, FEAS
serapkalfaoglu@selcuk.edu.tr

ÖZET

İş yaşantısının dinamikleri bireylerin aile yaşantısı üzerinde önemli etkilere sahip olabilmektedir. İş-aile çatışması kısaca, iş hayatının özelliklerinin aile hayatında meydana getirdiği denge bozuklukları olarak tanımlanmaktadır. İş-aile çatışmasının tetikleyicisi olduğu düşünülen etmenlerden birisi olarak düşünülen işkoliklik ise kısaca; bireyin gönüllü olarak işe ayırdığı zamanın diğer aktiviteleri engelleyecek derecede uzun olmasıdır.

İşkoliklik eğilimlerinin iş-aile çatışması üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmada Kahramanmaraş'ta görev yapan avukatlar üzerinde araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini Kahramanmaraş İlinde görev yapan 222 avukattır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler, SPSS 21 paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde faktör analizi, güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler, tek yönlü anova testi, t-testi, korelasyon analizi ve regresyon analizi kullanılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda işkoliklik ile iş-aile çatışması arasında düşük düzeyde ilişkilerin olduğu görülmüştür. İşkolikliğin iş-aile çatışması üzerinde çok düşük düzeyde etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yaş, cinsiyet, eğitim, çalışma yeri ve mesleği isteyerek yapma değişkenlerinin işkoliklik ve iş-aile çatışmasının alt boyutlarında anlamlı farklılıklara neden olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşkoliklik, Çatışma, İş-Aile Çatışması.

The Effect of Workaholism on Work-Family Conflict: A Research on Lawyers

ABSTRACT

The dynamics of work life can have important effects on individual's family life. The work-family conflict is briefly described as the balance disorders that the characteristics of work life bring about in the family life. The workaholism that is considered as one of the factors thought to be the trigger of the work-family conflict briefly: the time when the individual voluntarily devotes to work is long enough to prevent other activities.

In this study of the effects of workaholism's tendencies on work-family conflict, research was conducted on lawyers working in Kahramanmaraş. The sample of the research is 222 lawyers working in Kahramanmaraş. Survey method was used as data collection tool in the research. The obtained data were analyzed by SPSS 21 packet program. Factor analysis, reliability analysis, descriptive statistics, one-way ANOVA test, t-test, correlation analysis and regression analysis were used in the analysis of the data.

As a result of the analyzes, it is seen that there is a low level of relationship between work-family conflict and workaholism. It has been found that workaholism has a very low effect on work-family conflict. It was also found that the variables of age, gender, education, work place and work willingness caused significant differences in the sub-dimensions of work-family conflict and workaholism.

Keywords: Workaholism, Conflict, Work-Family Conflict.

Yeni Medya, İletişim, Bilinç ve Davranış Etkileri Oluşturma – 316

Inst. Türkan AYDOĞAN
turkanaydogan@esenyurt.edu.tr

ÖZET

Yeni Medya iletişim paylaşım ve bilgi aktarımı konularında günlük hayatımızın her alanında zorunlu olarak kullandığımız bir mecra olmuştur. Kimlik oluşumu ,bilinç ve algı seviyeleri sosyal medya araçları ile mesaj yoğunluğu sağlanarak gerçekleştirilmektedir. Yeni filmler edinebilme ,bakış açasına sahip olarak, karar verme ve faaliyete geçirme açasından sosyal medya mesajları son derece önemlidir.

İletişim davranış algısı yaratarak eyleme dönüştürme çalışmaları ,yeni medya olgusu üzerinden sağlanmaktadır. Bildiride olumlu /olumsuz bilinç oluşturma etkileri incelenecek, hangi davranış etkisi yaratılmak isteniyorsa bireylerin o doğrultuda hareket ettirilmesi üzerine ynlenerak çalışma incelenecektir. Kimlik oluşumu sürecinde toplumsal olayları ve örnekleri incelerken ,sosyal medyada sıklıkla kullanılan ve öğretilen şiddet unsurları ve bunun sonucunda ,bilinç oluşurmaya çalışılan,şiddet karşıtı düşünceler nasıl sağlanır, toplumsal boyutta sosyal şiddet algısı nasıl engellenir sorusu çalışmanın detayını oluşturacaktır.

Yeni medya kullanımı kimlik ve mahremiyet olgusu üzerine , düşünsel ve anlatımsal becerileri oluşurmaktadır. Algı verilen mesaj ile şekillenir. İnceleme rnekleri “şiddetin ,şiddet algı unsuru ile engellenmeye” çalışıldığının örnekleri ile ele alınarak gerçekleştirilecektir.

Tutum ve davranış algısı oluşturma noktasında “Tepkisizlik Algısı”sosyal medya görsel unsurlarını etkilemektedir. Tepkisizlik turumu aşılanmaktadır. Birey sosyal kimlik ve statü edinebilmek için tüm mecra mesajlarına uyum sağlama çalışması içerisindedir. Var olma süreci ve kendini gerçekleştirmesi bu araçları etkin şekilde kullanması ile mümkünmüş algısı yaratılır. Bu doğrultuda algı düzeyinde ikna edici mesaj stratejilerini kullanarak iknada “Bumerang Etkisi” ile hedef kitle üzerinde istenilen mesajlar, davranışlarını belirlediğimiz doğrultuda değiştirmek için zihin yapısına empoze edilmektedir.

Çalışmanın temeli toplumsal yapı içerisinde kadın / erkek ve çocuğa yüklenen misyon ve görevler doğrultusunda toplumsal algı yaratırken, tepki gösterilmesi gereken davranışları oluşturun olumsuz ifadelerin yine olumsuz ifade çağrışımları ile giderilmeye çalışılması araştırmanın inceleme konusunu oluşturacaktır.

Çalışma ikna kuramları ve Gerbner Ekme kuramı yaklaşımı baz alınarak arşiv analiz yöntemi ile incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Medya, sosyal medya, İkna Temelleri, Mesaj Stratejileri, Tepkisizlik Algısı, Bumerang.

İşyeri İzleme Faaliyetleri, Örgütsel Stres ve Örgütsel Güven İlişkisi – 318

Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI

Selçuk University, FEAS
aerbasi@selcuk.edu.tr

Prof. Dr. Adnan ÇELİK

Selçuk University, FEAS
adnancelik@selcuk.edu.tr

Leyla ERAT

Selçuk University, SBE
leylaerat93@gmail.com

ÖZET

Bu araştırmanın amacı; işyeri izleme faaliyetleri, örgütsel stres ve örgütsel güven arasındaki ilişkilerin incelenmesidir. Araştırmanın evrenini, Selçuk Üniversitesi'nde izleme faaliyeti gerçekleştirilen birimlerdeki idari personeller oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, amaca göre örnekleme yöntemi kullanılarak, ana kampüste çalışan memurlardan 170 tanesi seçilmiştir. Anket tekniği kullanılarak elde edilen veriler SPSS 24.0 programı aracılığıyla çözümlenmiştir. Araştırmanın sonucunda, işyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel stres arasında orta derecede ve pozitif yönlü bir etkileşimin olduğu tespit edilmiştir. İşyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel güven arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Örgütsel stres ile örgütsel güven arasında ise zayıf derecede ve negatif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşyeri İzleme Faaliyetleri, Örgütsel Stres, Örgütsel Güven.

The Relationship Between Workplace Monitoring Activities, Organizational Stress and Organizational Trust

ABSTRACT

The purpose of this research to; determine the relationship between workplace monitoring activities, organizational stress and organizational trust. The population of the research is composed of administrative staff in the units where monitoring units are used in Selçuk University. According to this purpose, with using the sampling method, 170 public servants were chosen among the public servants working in main campus. The data were obtained by survey technique and analyzed with SPSS 24.0. As a result of the study, it was found that there is a positive and medium level interaction between workplace monitoring activities and organizational stress. It was also found that there was no significant relationship between workplace monitoring activities and organizational trust. Also there is a weak and negative relationship between organizational stress and organizational trust.

Keywords: Workplace Monitoring Activities, Organizational Stress, Organizational Trust.

Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısının Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi – 319

Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI

Selçuk University, FEAS
aerbasi@selcuk.edu.tr

Prof. Dr. Adnan ÇELİK

Selçuk University, FEAS
adnancelik@selcuk.edu.tr

Merve KAYA

Selçuk University, SBE
meerve.kayaa@gmail.com

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algının duygusal emek üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırmanın evrenini, Konya il merkezinde bulunan özel ve kamu bankalarının çalışanları oluşturmaktadır (N= 2563). Amaca göre örnekleme yöntemi kullanılmış olup evren içinde yer alan 334 banka çalışanı araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Anket tekniği kullanılarak elde edilen veriler SPSS 24.0 programı aracılığıyla çözümlenmiştir. Banka çalışanlarının yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algısı ve duygusal emek düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algının duygusal emek üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca banka çalışanlarının yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algısı ve duygusal emek düzeylerinin; çalışanların cinsiyet, yaş, mesleki kıdem ve çalışma pozisyonuna göre istatistiki açıdan anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yetenek Yönetimi, Algı, Duygusal Emek.

The Effect of Perception of Talent Management Practices on Emotional Labor

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the impact of the perception of talent management practices on emotional labor. The population of the research is the employees of private and public banks in the city center of Konya (N= 2563). The sampling method was used and the sample of the research is 334 bank employees in the population. The data obtained by using survey technique were analyzed by SPSS 24.0 program. It was determined that bank employees' perception of talent management practices and emotional labor levels were high. It was determined that the perception of talent management practices have a statistically significant and positive effect on emotional labor. In addition, it was concluded that banks employees' perception of talent management practices and emotional labor levels did not differ significantly in terms of gender, age, working time and working position.

Keywords: Talent Management, Perception, Emotional Labor.

Türk Otomotiv Sektöründe Kurumsal Marka Kişiliğinin Müşteri Memnuniyeti Ve Sadakati Üzerine Etkileri – 320

Inst. Tuğba ÇEDİKÇİ FENER
İstanbul Kültür University
t.cedikci@iku.edu.tr

ÖZET

Markalaşma ve markanın doğru ve etkin yönetimi şirketler açısından hayati önem taşımaktadır. Rekabet şartlarının çok yoğun bir şekilde şirketleri farklılaşmaya yönlendirdiği günümüz dünyasında, Kotler'in değindiği “yeni ekonomi” marka olmanın önemini daha da açık olarak gözler önüne sermiştir. Yeni ekonomi, geçmişteki “mass production- kitlesel üretim” modelleri yerine “mass customization- kitlesel bireyselleşme” olgusunu ortaya çıkarmıştır. Pazarlama bilimine göre doğru fiyatla, doğru zamanda, doğru promosyonlarla ve doğru yerde bulunmak bir malın satışı için artık yeterliliğini yitirmiş; müşteri kavramının tüketime bakışı da bu süreçte farklılığa uğramıştır. Artık tüketici ve müşterinin ayrı kavramlar olduğu ve pazarlama yönetiminin yeni müşteriler kazanmak için sarf ettikleri çabadan daha fazlasını mevcut müşterileri elde tutabilmek adına sarf etmeleri gerektiği aşikârdır. Günümüz iş dünyasında, işletmeler için en değerli varlık müşterileridir. İşletmelerin de en temel amacı en değerli varlıkları memnun etmek ve sürekliliğini sağlamaktır. Sayısız ürün ve hizmet alternatifine sahip olan müşteriyi uzun süre aynı işletmeye bağlı tutabilmek de zorlaşmaktadır. Müşteriler çok kolay bir şekilde kullandıkları ürün ve hizmetleri değiştirebilmektedirler. Loyalty-sadakat kavramı ortaya çıktığından bu yana üretim yapan tüm işletmeler ister mal ister hizmet üretsinler müşterilerinin sadık kalabilmeleri adına çalışma gelmişlerdir. Araştırmanın temel amacı; vakıf üniversitelerinde eğitim gören yüksek gelirli öğrencilerin otomotiv satın alma davranışlarını irdeleyerek, alternatif otomotiv markaları arasından yaptıkları seçimi ve belirli bir markaya yönelik sadakat derecelerini marka kişilikleri nezdinde ölçmektir.

Anahtar Kelimeler: Marka, Marka Sadakati, Otomotiv Sektörü

The Effects of Corporate Brand Personality on Customer Satisfaction and Loyalty in Turkish Automotive Sector

ABSTRACT

Branding and proper and effective management of the brand are vital for companies. In today's world where competition conditions lead companies to differentiate very intensively, the importance of being a brand, which Kotler refers to, was even more evident. The new economy has created the phenomenon of mass customization custom instead of the "mass production kit models of the past. According to marketing science, at the right price, at the right time, with the right promotions and in the right place, it is no longer sufficient for the sale of a good; The concept of customer consumption has also changed in this process. It is clear that consumer and customer are separate concepts and that marketing management should make more efforts to retain existing customers than their efforts to win new customers. In today's business world, customers are the most valuable asset customers. The most basic objective of the enterprises is to satisfy the most valuable assets and to ensure their continuity. It is also difficult to keep the customer who has numerous product and service alternatives connected to the same business for a long time. Customers can easily change the products and services they use. Since the concept of loyalty-loyalty, all the manufacturing companies have been working in order to keep their customers faithful. The main purpose of the research; The aim of this course is to measure the buying behavior of high-income students who are studying in foundation universities and to evaluate their choice among alternative automotive brands and to measure their brand loyalty to a particular brand.

Keywords: Brand, Brand Loyalty, Automotive Sector

Bir Eğitim Aracı Olarak Kısa Filmler: HD-LIFE Kısa Filmlerinin Pedagojik ve Kuramsal Tasarımı – 321

Asst. Prof. Dr. Fikret YAZICI

Erciyes University Communication Faculty
fyazici@erciyes.edu.tr

Prof. Dr. Hakan AYDIN

Erciyes University Communication Faculty
haydin@erciyes.edu.tr

ÖZET

Erasmus+ Programı Okul Eğitimi Stratejik Ortaklıklar kapsamında yürütülen HD-LIFE Projesi, eğlence, öğrenme ve keşif için zengin olanaklar sunan internet ve mobil iletişim teknolojilerinin endişe kaynağı olabileceği hususlar ve bu sorunları olumlu yönde aşma çabalarına ilişkin uzlaşma noktalarını temel alan yenilikçi bir açık kaynak öğrenim ve gelişim projesidir. Diğerlerinden farklı olarak dijital yaşamı sağlık konseptiyle bütünleşik bir tarzda ele alan proje, böylelikle artırılmış farkındalığı ve bilinçlenmeyi sağlıklı bir dijital yaşamın yaşatılmasına yardımcı olmak için anahtar yeterliklerle desteklemeyi hedeflemektedir. Kısa filmler projede önemli bir öğrenme aracı olarak konumlanmıştır ve dijital sorunlara ilişkin evrensel temaları inceliklerle yansıtan kısa animasyon filmlere karşılık gelmektedir. Filmlerin anlatım dili, senaryosu ve kurgusu ile hedef kitleye anlaşılır bir görsellik içinde sunulması planlanmıştır. Evrensel kabul görmüş imge ve içerikler üzerine yapılandırılacak olan filmlerin hedef grup üyelerinin dijital sorunlara ilişkin farkındalığını artırarak kişilerde var olan kapasitenin en üst düzeye çıkarılmasında önemli rol oynaması ve kültürlerarası anlamların aktarımı noktasında kreatif bir yaklaşım ortaya konması beklenmektedir. Niteliksel tasarım karakterini taşıyan çalışma, dijital sorunlara ilişkin genel ve spesifik edilmiş yapımlardan oluşan 5 kısa filmin pedagojik ve kuramsal yapısını planlanan kazanımları çerçevesinde ele almayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Dijital Yaşam, Kısa Filmler, HD-LIFE Projesi

Short Films as an Education Tool: Pedagogical and Theoretical Design of HD-LIFE Short Films

ABSTRACT

HD-LIFE Project, which is carried out within the scope of Strategic Partnership of Erasmus+ Program School Education, is an innovative open-source and development project based on the points and problems regarding internet and mobile communication technologies, which offer rich opportunities for entertainment, learning and exploration and the consensus points for efforts to overcome these problems positively. Unlike others, the project addresses digital life in an integrated manner with the health concept, thus aiming to support increased awareness and consciousness with key competences to assist maintaining a healthy digital life. Short films are an important learning tool in the project and correspond to short animation films that reflect the universal themes for digital issues. Movies are planned to be presented in a comprehensible visual fiction scenario and the target audience in expressive language. It is expected that films that are going to be structured on universally accepted images and contents will play an important role in maximizing the capacity of the target group members by increasing their awareness of digital problems and introducing a creative approach to the transmission of intercultural meanings. The study, carrying features of qualitative design, aims to address the pedagogical and theoretical structure of 5 short films consisting of general and specific productions related to digital problems within the framework of planned gains.

Keywords: Internet, Digital Life, Short Films, HD-LIFE Project

**İş Doyumu Faktörlerinden Ücret-Terfi-Yönetici Ve İşin Kendisinin
İşgörenlerin İşten Ayrılma Eğilimi Üzerine Etkisi: Bişkek Konaklama
İşletmeleri Üzerine Bir Alan Araştırması – 321**

Dr. Mehmet ULUTAŞ
ottocarb.mulutas@gmail.com

ÖZET

Ücret, terfi, yönetim biçimi ve işin kendisinden tatmin olarak alt boyutlarına ayrılarak incelenen iş doyumunun araştırmada, işten ayrılma eğilimleri ile ilişkisi incelenmiştir. Örneklem olarak Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te faaliyet gösteren konaklama işletmeleri seçilmiştir. Verilere faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Analizlerin sonucunda, yönetim biçimi tatmini ile işten ayrılma eğilimi arasında negatif yönde anlamlı ve işin kendisinden tatmin ile işten ayrılma eğilimi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş Doyumu, İşten Ayrılma Eğilimi

**The Effect Of Job Satisfaction Factors (Pay, Promotion, Supervision and
The Work Itself) On Employees' Turnover Intentions: A Field Study On
Bishkek Hospitality Facilities**

ABSTRACT

The relation of job satisfaction with the turnover intentions in the study was examined by dividing the sub-dimensions of pay, promotion, supervision and the work itself. As a sample, accommodation establishments operating in Bishkek, the capital of Kyrgyzstan, were selected. Factor analysis, correlation and regression analysis were performed. As a result of the analyzes, it was found that there was a negative significant relationship between the supervision and the turnover intentions, and a negative correlation between the the work itself and the turnover intentions.

Keywords: Job Satisfaction, Turnover Intentions

Butik Burgercilerde Müzik Unsuru: Kadıköy’de (İstanbul) Etnografik Gastromüzikoloji Çalışması – 323

Prof. Dr. Seyit YÖRE

Istanbul University
syore@istanbul.edu.tr

Res. Assist. İrem Erdoğan TÜREN

Istanbul University
irem.e@istanbul.edu.tr

ÖZET

Müzik, sahnede veya bir kayıttan dinlenilmesinin yanı sıra ticari alanda insanlar tarafından kullanılan bir araçtır. Farklı meslek gruplarından işletmelerin ürünlerinin temsil kabiliyetini arttırmak, belirli bir kesime hitab edebilmek, alışverişe teşvik etmek veya atmosfer yaratmak için müziği kullandıkları bilinmektedir. Bu araştırmada, butik burger işletmelerinin tercih ettiği müzik türünün/türlerinin belirlenmesi ve ilgili müzik türlerinin hangi amaçla(rla) tercih edildiğinin araştırılmasıyla butik burgeri temsil eden bir müzik türü/türleri olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde yapılan ön araştırmalarda, İstanbul ili, Kadıköy ilçesi, Caferağa Mahallesi’nin geçmişten günümüze artarak devam eden sosyal, kültürel ve gastronomik özelliklere sahip olduğu ve son yıllarda butik burger işletmelerinin de sosyal ve gastronomik mekânlar olarak öne çıktığı belirlenmiştir. Caferağa Mahallesi’nde mekân, lezzet ve müzik arasındaki ilişkilerle oluşan 8 butik burger işletmesi belirlenip ilgili amaç doğrultusunda etnografi yöntemli gastromüzikolojik araştırma yapılmıştır. Betimsel düzende durum tespitine dayalı bu nitel araştırmada, toplam 8 işletmede; 6 işletmeci, 4 aşçı-işletmeci, 10 aşçı ve 16 müşteriye gözlem ve görüşme tekniği uygulanarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler araştırma problemine ilişkin olarak analiz edildiğinde, butik burgeri temsil eden müzik türleri belirlenip bunların butik burgeri temsil etme nedeni irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Butik Burger, Müzik, Gastronomi, Gastromüzikoloji, Etnografi

Element of Music in Boutique Burger Houses: Ethnographic Gastromusicology Study in Kadıköy, İstanbul

ABSTRACT

Music, as well as being listened to on stage or from a recording, is a commercial tool used by people. It is known that music is used to enhance the representative ability of products by a variety of professions, to address a particular audience, to encourage shopping and to create atmosphere. This research aims to identify the type of music preferred by boutique burger businesses and determine the reason(s) for their preferences; thereby, define whether or not a particular type of music represents boutique burger houses. To this end, the preliminary research has revealed that Cafeağa district of Kadıköy Municipality of İstanbul has an ever increasing social, cultural and gastronomic features and that boutique burger houses have gained prominence as social and gastronomic places. 8 boutique burger houses that feature a combination of location, taste and music have been identified and gastromusicological research based on ethnographical method has been conducted to pursue the research question. In this qualitative research which is a case study in the descriptive form, data has been collected through observation and interview techniques with 6 business managers, 4 cook-managers, 10 cooks and 16 customers in 8 businesses. With the analysis of the data, music types that represent boutique burger houses and the accompanying reasons have been examined.

Keywords: Boutique Burger, Music, Gastronomy, Gastromusicology, Ethnography

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde (KKTC) Öncü Sektörlerin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi – 324

Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI
Lefke Avrupa University, FEAS
osafakli@eul.edu.tr

ÖZET

KKTC küçük ada ekonomisine sahip bir ülke olması yanında tanınmamışlığın yarattığı sorunlar nedeniyle ekonomik kalkınmasını başta turizm ve yükseköğretim olmak üzere hizmet sektörlerine dayandırmıştır. İhracatın ithalata oranı yıllar itibarıyla azalırken bu oran günümüzde yüzde 6’nın altına düşmüştür. Dolayısıyla ticaret açığı ödemeler dengesi için son derece önemli bir sorun yaratmaktadır. Ticaret açığının büyük etkisiyle KKTC cari işlemler dengesi 2014 yılına kadar açık vermiştir. 2015 yılından itibaren ise Türkiye Cumhuriyeti’nin yardımlarına ilaveten turizm ve yükseköğretim sektörünün kazandırdığı artan orandaki gelirler sayesinde cari işlemler dengesi fazla vermeye başlamıştır. Bu çalışmada, KKTC ödemeler dengesi retrospektif olarak değerlendirilecektir. Özellikle ticaret yapısının gelişimi yanında turizm ve yükseköğretim sektörünün ödemeler açığına etkisi değerlendirilecektir. Ayrıca, cari açığın finansmanında rol oynayan Türkiye Cumhuriyeti (T.C) yardım ve kredilerinin tarihsel süreçteki önemi üzerinde de durulacaktır.

Anahtar Kelimeler: KKTC, Ödemeler dengesi, Cari açık, Turizm, Yükseköğretim

The Importance of Locomotive Sectors on the Balance of Payments of Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC)

ABSTRACT

In addition to being a country with a small island economy, the TRNC based its economic development on service sectors, particularly tourism and higher education, due to the problems created by the unrecognized position of the country. While the ratio of exports to imports declined over the years, this ratio has fallen below 6 percent today. Therefore, the trade deficit creates an extremely important problem for the balance of payments. The current account deficit was realized in TRNC until 2014 due to the large impact of the trade deficit. Because of the increasing revenues of tourism and higher education sectors, current account started to report surplus since 2015. In this study, balance of payments of TRNC will be examined retrospectively. In particular, besides the development of the trade structure, the impact of tourism and higher education sectors on the balance of payments deficit will be evaluated. Furthermore, the impact of donors and credits of Turkey on the balance of payments of TRNC will also be evaluated.

Keywords: TRNC, Balance of Payments, Current Account Deficit, Tourism, Higher Education

Üniversite Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Becerilerinin İncelenmesi: KKTC Örneği – 325

Asst. Prof. Dr. Emre ÇETİN

Cyprus Social Sciences University
kiriemre@gmail.com

Inst. Selime GÜNTAŞ

Cyprus Social Sciences University
selime.guntas@kisbu.edu.tr

ÖZET

Çağdaş dünyanın gereksinimleri günümüz bireylerinin düşünme becerilerine sahip olmalarını bir zorunluluk haline getirmiştir. Alan yazın, eleştirel düşünme becerilerini kazanmış ve bu becerileri kullanan öğrencilerin daha etkili biçimde öğrendiklerini ortaya koymaktadır. Öğretimde bilgi alıp verme yerine, düşünmeyi öğrenme önem kazanmaktadır. Bu nedenle modern okullarda düşünen, eleştiren, üreten, bilgiye ulaşma yollarını bilen bireyler yetiştirilmeye çalışılmakta, öğrencilere düşünme becerilerini kazandırmaya yönelik eğitim programları hazırlanmaktadır. Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin eleştirel düşünme becerilerinin ne düzeyde olduğu ve cinsiyete, burslu-burssuz durumu, mevcut akademik ortalaması, sınıf düzeyi, yaşı, program türü göre farklılaşp farklılaşmadığını ortaya koymaya yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Nicel bir araştırma olarak tasarlanan çalışmada çalışma grubunu KKTC’ de bir Vakıf Üniversitesi’nin Hukuk Fakültesi, İnsan ve Toplum Bilimleri, Eğitim Fakültesi tüm kademe öğrencileri oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında Araştırmacılar tarafından geliştirilen kimlik bilgi formu ve Kökdemir (2003) tarafından geliştirilen “California Eleştirel Düşünme Ölçeği” kullanılmıştır. Toplam 6 alt ölçek ve 51 madde yer almaktadır. Ölçekte yer alan alt ölçekler şunlardır: Analitiklik Alt Ölçeği, Açık Fikirlilik Alt Ölçeği, Meraklılık Alt Ölçeği, Kendine Güven Alt Ölçeği, Doğruyu Arama Alt Ölçeği, Sistematiiklik Alt Ölçeği’ dir (Kökdemir, 2003). Bulgular ışığında öneriler getirilmiştir. Araştırma sonuçlarına yönelik istatistiksel çalışmalar devam etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim; Eleştiri, Eleştirel Düşünme, Eleştirel Düşünme Becerileri, Tutum.

Çocukluk Çağı Travmaları ile Evlilik Uyumu Arasındaki İlişkide Başa Çıkma Tutumlarının Aracı Rolü – 327

Hacer AYDINOVA

Near East University. Faculty of Arts and Sciences, Department of Psychology

Fatma Gül CIRHINLIOĞLU

Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Letters, Department of Psychology

ÖZET

Bu araştırmada, çocukluk çağı travmaları ile evlilik uyumu arasındaki ilişkide başa çıkma tutumlarının aracı rolü incelenmiştir. Araştırma KKTC/Girne'nin çeşitli bölgelerinde ikamet eden 20-65 yaş arası, evli ve eşiyle birlikte yaşayan 275 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama araçları olarak; Sosyo-Demografik Veri Formu (SDVF), Çocukluk Çağı Ruhsal Travma Ölçeği (ÇÇTÖ), Evlilik Uyum Ölçeği (EUÖ) ve Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği (COPE) kullanılmıştır.

Çalışmada katılımcıların cinsiyetlerine göre ÇÇTÖ alt boyutu olan fiziksel ihmal ve duygu odaklı başa çıkma tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark tespit edilmiştir. Erkek katılımcıların fiziksel ihmal puan ortalaması, kadın katılımcılardan daha yüksektir. Kadın katılımcıların ise duygu odaklı problem çözme puanları daha yüksektir. KKTC uyruklu katılımcıların duygu odaklı problem çözme puanları, TC uyruklu katılımcıların puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksektir. Çalışan ve çalışmayan katılımcıların EUÖ puan ortalamaları benzer olup, çalışmayan katılımcıların cinsel istismar puanları, çalışan katılımcıların puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur. Çalışmayan katılımcıların hem duygu odaklı hem de işlevsel olmayan başa çıkma puanları, çalışan katılımcıların puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Katılımcıların EUÖ ile ÇÇTÖ'den aldıkları toplam puanlar ve duygusal istismar, fiziksel ihmal, duygusal ihmal ve cinsel istismar alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında düşük düzeyde ve anlamlı korelasyonlar bulunduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların ÇÇTÖ'den aldıkları toplam puan ve duygusal istismar, fiziksel ihmal, duygusal ihmal ve cinsel istismar alt boyutlarından aldıkları puanlar arttıkça, EUÖ'den aldıkları puanlar azalmaktadır.

Katılımcıların EUÖ'den aldıkları puanlar ile COPE'deki problem odaklı başa çıkma stratejileri olan aktif başa çıkma, plan yapma alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında pozitif yönlü, duygu odaklı başa çıkma stratejisi olan kabullenme alt boyutundan ve işlevsel olmayan başa çıkma stratejisi olan madde kullanımı alt boyutundan aldıkları puanlar arasında negatif yönlü korelasyonlar olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların aktif başa çıkma ve plan yapma alt boyutlarından aldıkları puanlar arttıkça, evlilik uyumları artmakta, kabullenme ve madde kullanımı puanları arttıkça, evlilik uyumları azalmaktadır. Katılımcıların COPE'de bulunan problem odaklı başa çıkma alt boyutundan aldıkları puanlar ile evlilik uyumu arasında pozitif yönlü, işlevsel olmayan alt boyutu puanları ile evlilik uyumu arasında ise negatif yönlü korelasyonlar olduğu görülmüştür.

ÇÇTÖ'de yer alan fiziksel ihmal alt boyutu puanları ve COPE'deki kabullenme ve soruna odaklanma ve duyguları açığa vurma puanları EUÖ puanlarını negatif yönde yordamaktadır.

Anahtar kelimeler: Travma, çocukluk çağı travmaları, başa çıkma tutumları, evlilik uyumu

Mediating Role of The Coping Attitudes On The Relationship Between Childhood Traumas And Marital Adjustment

ABSTRACT

In this study, the role of coping attitudes in the relationship between childhood trauma and marital adjustment is examined. The study was carried out with 275 participants who were married and living with their spouses between the ages of 20-65 residing in various regions of KKTC / Kyrenia. In the research as data collection tools; The Socio-Demographic Data Form (SDDF), the Childhood Trauma Questionnaire (CTQ), the Marital Adjustment Test (MAT) and the COPE inventory was used.

In the study, a statistically significant difference was determined between physical neglect and emotional-focused coping scores of the Childhood Trauma Questionnaire sub-dimension according to the gender of the participants.

The mean physical neglect score of male participants is higher than female participants. Female participants had higher emotional-focused coping scores. The emotional-focused coping scores of the KKTC national participants were statistically significantly higher than the scores of Turkish nationals. The mean scores of the marital adjustment scale were similar between the working and non-working participants. Both the emotional-focused and non-functioning coping scores of the participants who did not work were found to be significantly higher than the scores of the working participants.

It was found that there were low and significant correlations between the scores obtained from the marital adjustment and the total score of childhood trauma, and the sub-dimension scores of emotional abuse, physical neglect, emotional neglect and sexual abuse. As the total scores of the participants from the childhood trauma questionnaire and the scores of emotional abuse, physical neglect, emotional neglect and sexual abuse sub-dimensions increased, the scores they got from the marital adjustment scale decreased.

Between the score of the marital adjustment scale and the scores active coping and the planning sub-dimensions of problem-focused coping strategies are the positive correlations; the acceptance sub-dimension of the emotional-focused coping strategy, and substance abuse sub-dimension of the non-functional coping are negative correlations. Participants as the scores they get from active coping and planning sub-dimensions increase, marital adjustment increases, and as the acceptance and substance abuse scores increase, marital adjustment decreases. Participants there were positive correlations between the scores of the problem-focused coping and the marital adjustment, and there were negative correlations between the non-functional sub-dimension scores and marital adjustment.

Physical neglect sub-dimension scores of Childhood Trauma Questionnaire and the acceptance and focus on and venting of emotions sub-dimension scores of COPE inventory negatively predict the scores of the marital adjustment scale.

Keywords: Trauma, childhood traumas, coping attitudes, marital adjustment.

Mobil Bankacılıkta Algılanan Deneyimsel Değer Boyutlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması: Nevşehir Örneği – 330

Dr. Mustafa DEMİRHAN
mmdemirhan51@gmail.com

ÖZET

Mobil bankacılık, müşterilerine her zaman ve her yerde finansal hizmet sunulmasına olanak tanıyan bir elektronik dağıtım kanalıdır. Mobil bankacılık kullanımı deneyimi ile tüketiciler fonksiyonel, duygusal, kişisel, düşünsel, sosyal, duyuşsal ve güvence değeri olmak üzere yedi boyutta deneyimsel değeri elde etmektedir. Çalışmanın amacı; cinsiyet, yaş, gelir ve eğitim düzeyi demografik değişkenleri bakımından mobil bankacılık müşterilerinin deneyimsel değeri algısı farklılıklarının ortaya konulmasıdır. Tüketicilerin deneyimsel değeri algılarının demografik özellikler yönünden farklılıklarının olup olmadığının ortaya konulması halinde bankaların hedef pazara yönelik değeri yaratacak stratejiler geliştirmeleri mümkündür. Bu amaç doğrultusunda, Nevşehir ilinde yaşayan ve mobil bankacılık kullanan 390 katılımcıdan yüz yüze anket yoluyla elde edilen veriler SPSS istatistikî analiz programı yardımıyla t-testi ve varyans (ANOVA) analizi ile test edilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular analiz edildiğinde, mobil bankacılık kullanıcılarının cinsiyet ve yaş değişkenleri bakımından deneyimsel değeri algılarının farklılaşmadığı, eğitim ve gelir değişkenlerine göre deneyimsel değeri algıları incelendiğinde ise her iki değişken bakımından da kişisel ve duyuşsal değeri algıları yönünden farklılaştıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mobil Bankacılık, Demografik Özellikler, Deneyimsel Değeri.

Perceived Experiential Value Differences of Mobile Banking Customers In Terms of Demographic Variables: The Case of Nevşehir

ABSTRACT

Mobile banking is an electronic distribution channel which provides financial services at anytime and anywhere. Consumers perceive seven experiential value dimensions, namely functional, emotional, personal, credibility, cognitive, social and sensory values through mobile banking usage. The aim of this research is to determine whether there are differences of experiential value perceptions of mobile banking users regarding demographic variables such as gender, age, income and education. Developing higher value creation strategies by banks to the target market will be possible if differences of experiential value perceptions of consumers might be determined. To this end, the data were obtained through a face to face survey from 390 mobile banking users in Nevşehir province of Turkey. Afterwards, these data were analyzed by SPSS statistical analysis program and tested through t-test and variance (ANOVA) analysis methods. The results of the research has indicated that there are no significant differences among mobile banking users in terms of gender and age variables. However, mobile banking users differ significantly regarding personal and sensory value perceptions with a view to their income and education levels.

Keywords: Mobile Banking, Demographic Characteristics, Experiential Value.

Manevi ve İnsani Değer Eğiliminin Bireylerin Duygu ve Davranış Düzeyleri İle İlişkisinin İncelenmesi – 331

Psk. Sevtap Çakmak ÖZDEM

Cyprus Social Sciences University
sevda.ozdem@kisbu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Ayşe BENGİSOY

Lefke European University
abengisoy@eul.edu.tr

ÖZET

Dünyamızda her geçen gün daha da artan toplumsal sorunlar özellikle çocukları etkisi altına almaktadır. Bunlar şiddet, hoşgörüsüzlük vb. durumlar olarak düşünülebilir. Bu durumun toplumsal düzeni bozması yanında, birçok ülkede aileler ve eğitimciler bu problemten kurtulmanın yolunu verimli değerler eğitiminde olduğunu düşünmektedirler. Toplumun huzurunu tehdit eden birçok olay yaşanmaktadır. Bunların köküne bakıldığında bireylerin değer eğitimi noktasında eksik olduğu görülmekte ve değerler eğitimine olan ihtiyacı gözler önüne sermektedir. Toplum ahlakında meydana gelen çöküş gün geçtikçe belirginleşmektedir. Bu belirginleşmeyle birlikte değer aktarımı önem arz etmeye başlamıştır. Çalışmanın amacı; insani değer olarak adlandırılan değerlerin ne kadar yaşatıldığı sorusuna cevap bulmak ve geçmişten günümüze değerler eğitimi gözden geçirmektir. Bireylerin davranışları hatta duyguları sahip oldukları değerlerden etkilenmektedir. Bu sebeple değer eğiliminin sorumluluk duygusu ve davranışıyla ilişkisinin saptanması çalışmanın diğer bir amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın veri toplama araçlarını; Adem Güneş tarafından geliştirilen “Manevi-İnsani Değerler Eğilim Ölçeği” ve Yener Özen tarafından geliştirilen “Sorumluluk Duygusu ve Davranış Ölçeği” oluşturmaktadır.

Çalışma KKTC’deki bir üniversitede bulunan 4 fakülte; toplam 8 bölümü kapsayan ortalama 500 kişiyle yapılmaktadır. Çalışmanın verileri toplanmaya devam etmekte olup bulgular kongrede aktarılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Değer, değer aktarımı, sorumluluk duygusu, sorumlu davranış.

Potential Antecedents of Intrapreneurship – 332

Asst. Prof. Dr. Georgiana KARADAS

Cyprus International University, Business Administration
gkaradas@ciu.edu.tr

Saniye HIÇYAKMAZER

Eastern Mediterranean University, Banking and Finance
aniyehicyakmazer@hotmail.com

Sanaz VATANKHAH

Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism
sanazvatankhah@yahoo.com

Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN

Cyprus Social Sciences University, Faculty of Human and Social Sciences
ozlem.altun@kisbu.edu.tr

ABSTRACT

Nowadays, service organizations do not only need to differentiate themselves among their competitors but also sustain their competitive advantage in the market place. Recent research shows that intrapreneurship is considered essential to organizations' success (Bierwerth, Schwens, Isidor, & Kabst, 2015) and not only. Both academicians and practitioners are calling for further research concerning the concept of intrapreneurship (Gawke et al 2019; Gawke et al 2017; Woo, 2018).

Neessen et al. (2018) define intrapreneurship 'as a bottom-up process whereby employee(s) recognize and exploit opportunities by being innovative, proactive and by taking risks, in order for the organization to create new products, processes and services, initiate self-renewal or venture new businesses to enhance the competitiveness and performance of the organization'(p. 16). In their review, the authors suggest that the theory of planned behavior (TPB) (Ajzen 1991) could be used to connect the drivers of intrapreneurship. That it is, according to TPB, attitudes, subjective norms and perceived behavioral control influence one's level of behavioral intention. Moreover, organizational climate has been also shown to positively influence intrapreneurial intentions (Zhang & Jia, 2010).

Stewardship climate is described as 'the extent to which individuals perceive that their firm's policies, practices, and procedures foster stewardship behaviors and stewardship values, which are widely shared across the organization.. '(Neubaum, Thomas, Dibrell, & Craig, p.38). Stewardship climate is a second order construct consisting of intrinsic motivation, organizational identification, use of personal forms of power, collectivism, low power distance, and involvement orientation. Eddleston, Kellermanns and Zellweger (2012)'s research indicated that comprehensive strategic decision making, as one of the stewardship culture determinants, is positively associated with corporate entrepreneurship. Therefore, the present study aims to investigate the effects of the stewardship climate on employees' intrapreneurship that is when employees perceive that the organizations' policies and practices nurture stewardship behaviors they can display higher intrapreneurship.

Recent studies also show that there is scarce empirical evidence regarding the effect of personality traits on intrapreneurship, as personality traits have been mainly studied in association with entrepreneurship (Woo, 2018). Therefore, the present research focuses on testing the effects of proactivity personality on intrapreneurship. Proactive personality denotes the belief in his or her ability to overcome any type of challenges and adapt in new ways in such an environment (Bateman & Crant, 1993). Individuals high in proactive personality are known to show a lot of initiative to develop new things even in unforeseen situations (Ng & Feldman, 2013). Research has indicated that proactive personality has a significant association with entrepreneurial intentions and behavior because such personality can be considered noteworthy in an uncertain working environment (Neneh, 2019).

Based on the empirical evidence shown above, the current study aims to investigate the simultaneous effects of stewardship climate and employees' proactive personality on intrapreneurship using a data set from supervisors and managers in international hotel chains Turkey. The research will contribute to the stewardship and intrapreneurship literature by examining the above-mentioned relationships and provide practical implications

regarding fostering a stewardship climate and selecting and hiring proactive staff in order to enhance their intrapreneurial behavior.

Keywords: Intrapreneurship, stewardship climate, proactive personality, international chain hotels

Bateman, T. S., & Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of organizational behavior*, 14(2), 103-118.

Bierwerth, M., Schwens, C., Isidor, R., & Kabst, R. (2015). Corporate entrepreneurship and performance: A meta-analysis. *Small Business Economics*, 45, 255-278.

Eddleston, K. A., Kellermanns, F. W., & Zellweger, T. M. (2012). Exploring the entrepreneurial behavior of family firms: does the stewardship perspective explain differences?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 347-367.

Gawke, J. C., Gorgievski, M. J., & Bakker, A. B. (2019). Measuring intrapreneurship at the individual level: Development and validation of the employee intrapreneurship scale (EIS). *European Management Journal*.

Gawke, J. C., Gorgievski, M. J., & Bakker, A. B. (2017). Employee intrapreneurship and work engagement: A latent change score approach. *Journal of Vocational Behavior*, 100, 88-100.

Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*.

Ng, T. W., & Feldman, D. C. (2013). Age and innovation-related behavior: The joint moderating effects of supervisor undermining and proactive personality. *Journal of Organizational Behavior*, 34(5), 583-606.

Neubaum, D. O., Thomas, C. H., Dibrell, C., & Craig, J. B. (2017). Stewardship climate scale: An assessment of reliability and validity. *Family Business Review*, 30(1), 37-60.

Woo, H. R. (2018). Personality traits and intrapreneurship: the mediating effect of career adaptability. *Career Development International*, 23(2), 145-162.

Zhang, Z., & Jia, M. (2010). Using social exchange theory to predict the effects of high-performance human resource practices on Corporate Entrepreneurship: Evidence from China. *Human Resource Management*, 49(4), 743-765.

Meslek Seçimini Etkileyen Değişkenlerin Analizi: Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Bölümünde Bir Alan Araştırması – 333

Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN

Fatih Sultan Mehmet Vakıf University
gakduman@fsm.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU

Nişantaşı University
zynhatipoglu@gmail.com

Inst. Dr. Gülnaz KARAHAN

Fatih Sultan Mehmet Vakıf University
gkarahan@fsm.edu.tr

ÖZET

Meslek seçimi kişinin kendi özellikleri ve isteklerine en uygun olan işi seçip icra etmesi olarak tanımlanmaktadır (Özer, 2002: 6). Meslek sayesinde kişi bir grubun üyesi olarak tanınarak hem maddi ve manevi güvenceye hem de imkânlarla sahip olur (Kordon, 2006: 13). Meslek seçimi kişinin hayatında yaptığı en önemli seçimlerden biridir. Kişiler kendi yetenek ve ilgi alanlarının dışında okul, aile ve çevrelerinden de etkilenerek meslek seçimi yaptıkları için zamanla sahip oldukları meslekten memnuniyetsiz yaşayabilmektedirler. Buna istihdam kaygısı da eklenince kişiler çoğu zaman istemedikleri bölümleri seçmektedirler. Bu bağlamda kişinin meslek seçimini etkileyen değişkenlerin analiz edilmesi doğru bölüme doğru öğrenci yerleşmesi için önemlidir. Bu çalışmanın amacı meslek seçimini etkileyen değişkenlerin sivil havacılık kabin hizmetleri alanında analiz edilmesidir. Bu amaçla İstanbul'da bir vakıf üniversitesinde sivil havacılık kabin hizmetlerinde okuyan 135 birinci sınıf öğrencisine anket uygulanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formunda öğrencilerin cinsiyet, doğum tarihi (kuşağı), mezun olduğu lise türü, okuduğu üniversite ve sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü tercih nedenleri bilgilerinden oluşan bilgi formu yer almaktadır. Veriler, SPSS (Statistical Package Program for Social Science) 21.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin üniversiteyi seçme nedenlerinin anlamlı farklılık gösterdiği, üniversiteyi seçmede en önemli nedenlerin akademik kadro/mezuniyet sonrası işe giriş başarısı ve havayolu çalışanlarının tavsiyesi olduğu, bölümü seçme nedenlerinin anlamlı farklılık gösterdiği; sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü seçmede en önemli nedenlerin prestijli iş sahibi ve özgürlük/seyahat olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Meslek seçimi, meslek seçimi kuramları, sivil havacılık kabin hizmetleri

Analysis of Variables Affecting Occupation Selection: A Field Study in the Department of Civil Aviation Cabin Services

ABSTRACT

Occupation selection is defined as an individual's deciding the most suitable job for their characteristics and preferences and putting it into practice (Özer, 2002:6). Thanks to the profession, the individual is recognized as a member of a group; he has both moral and material guarantee and opportunities (Kordon, 2006: 13). The occupation is one of the most important choices that the individual has ever made. Since individuals decide on their occupations being affected by school, family and community apart from their own abilities and interests; they may be, in time, displeased with the profession they possess. When employment concern is additionally involved, individuals frequently choose domains which they would not like. In this regard, it is crucial to analyze variables affecting individuals' occupation selection so that right students can be enrolled in suitable programs. The purpose of this study is to analyze variables affecting individuals' occupation selection in the field of Civil Aviation Cabin Services. For this purpose, 135 first grade students who are studying Civil Aviation Cabin Services at a foundation university in İstanbul were administered a questionnaire. In the study, a survey was used as data collection tool. The survey includes students' sex, birth date, type of graduated high school, current university and reasons why

they prefer the department of Civil Aviation Cabin Services. The data were analyzed with the use of SPSS program 21.0 (Statistical Package Program for Social Science). As a result, it has been found that the reasons why students prefer university differ significantly, the most important factors in university choice are academic staff, employment after graduation and airline personnel's suggestion; the reasons for department selection differ greatly; the most important factors in the selection of Civil Aviation Cabin Services Department are having prestigious occupation and independence/travel.

Keywords: Occupation selection, occupation selection theories, civil aviation cabin services.

Özel Gereksinimli Bireye Sahip Annelerin Otomatik Düşüncelerinin İncelenmesi – 335

Tubanur Çelik İSKİFOĞLU
tbnrcelik@gmail.com
Cyprus Social Sciences University

Fatma ERKIVANÇ
erkivanc_fatos@yahoo.com
European Lefke University

Sacide ŞAHİN
sacidesahin@gmail.com
European Lefke University

Melih Burak ÖZDEMİR
mlhbrk52@hotmail.com
European Lefke University

Hasan Basri DEDE
h.b.dede@hotmail.com
European Lefke University

Asst. Prof. Dr. Ayşe BENGİSOY
abengisoy@eul.edu.tr
European Lefke University

ÖZET

Bu araştırma özel gereksinimli çocuklara sahip olan annelerin otomatik düşüncelerinin belirlenmesi amacı ile hazırlanmaktadır. Özel gereksinimli bireyler; eğitsel, sosyal, toplumsal ve benzeri alanlarda desteğe ihtiyaç duyan, özel eğitim hizmetlerinden yararlanan, aile desteğine fazlası ile ihtiyaç duyan bireyleri kapsamaktadır. Literatür sonuçları, özel gereksinimli çocukların ailelerinin, çocuğun normal gelişim gösterememe sürecine bağlı olarak yaşadıkları olumsuz duygularla başedebilmek için aile eğitimi ve aile danışmanlığına ihtiyaç duyabildiklerini ortaya koymaktadır. Bu çalışma bir ön çalışma olup sadece özel gereksinim gerektiren çocuklara sahip anneleri kapsamaktadır. Yapılan bu çalışmada araştırma verilerine ulaşabilmek için Hollan ve Kendall (1980) tarafından geliştirilen Şahin ve Şahin (1992) tarafından Türkçe'ye uyarlanan geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılmış 'Otomatik Düşünceler Ölçeği' (ODÖ) kullanılmıştır. Otomatik Düşünceler Ölçeği, bilişsel davranışçı modele göre yapılandırılmış, kişinin kendi olumsuz düşüncelerini değerlendirdiği, 30 maddelik, 1-5 arasında puanlanan Likert tipi bir ölçektir. Araştırma bulgularına bağlı olarak özel gereksinimli çocuğa sahip annelerin beklenen gelişimi gösteren çocuğa sahip annelere göre kendilerini daha yorgun, bitkin ve daha çok olumsuz düşüncelere sahip olabilmek olasılığı göz önünde tutularak, aile danışmanlık süreçlerinin düzenlenmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmaya 150 tane özel gereksinimli çocuğu olan anne katılmıştır. Çalışma halen devam ettiğinden bulgular konferans sürecinde ifade edilecektir.

Anahtar kelimeler: Özel Gereksinimli Birey, Otomatik Düşünce.

Investigation of the Authomatic Thoughts of Mothers of the Children Who Have Special Needs

ABSTRACT

This study is prepared with the aim to identify the authomatic thoughts of the mothers who have children with special needs. Individuals with special needs include; the individuals who require educational and social support as well as the utilization of specialized education services and also extra family care is needed. Literature review reveals that parents of the children who have special needs may be in need of family education and counseling in

order to cope with the negative feelings in the process depending on the unlike development of their children. This survey is a prestudy which includes only mothers of the children with special needs. Authomatic Thoughts Scale (ATS) is being used to reach the research findings which is formed by Hollan and Kendall (1980) and adapted to turkish by Şahin and Şahin (1992). Authomatic Thoughts Scale is a 5 point Likert-type scale with 30 items which is structured as a cognitive behavioral model and individuals evaluate themselves with their own negative thoughts. Research findings aim to disclosure the family counseling support for mothers who have children with special needs depending on they are more often likely to feel tired, exhausted and the possibility to have more negative thoughts than mothers who have children with expected development progress. 150 mothers attended to the study who have children with special needs. Findings will be stated during the conference, due to the continuing research.

Keywords: Individuals with Special Needs, Authomatic Thoughts.

Afiş Tasarımında Beyaz Alanlar – 336

Asst. Prof. Dr. Rahşan Fatma AKGÜL
Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Fine Arts
rahsan.7@hotmail.com

ÖZET

Grafik tasarımın sabit bir anlamı yoktur, bununla birlikte günlük ve ortak dilde kullanımına ilişkin birçok tanımı vardır. Geniş anlamı ile grafik tasarım görsel anlatımların iletişime dayalı üretimidir. Bu görsel ve metin tabanlı üretimlerin estetik ve kalıcı bir tasarımla sonuçlanabilmesi için görsel tasarım ilkeleri ile bağını koparmaması gerekmektedir. Bu anlamda bir tasarımda beyaz alanın kullanımına paralel olarak görsel öğelerin denge ve hiyerarşisi, tasarımı görsel anlamda güçlendirecek ilkeler arasındadır.

Grafik tasarım tarihinde beyaz alanların kullanımı Modernizm ile birlikte yaygın bir işlevsellik kazanmıştır. Modernizm öncesi sanat akımlarının süslemeci tavırlarına karşıt bir anlayışta plastik ekonomiyi esas alan Modernist tasarımcılar, eliminasyonu bir sonuç noktası olarak belirlemişlerdir. Mimari, tasarım ve sanat alanlarında dinginlik, sadelik ve nötrlük gibi kavramlar beyaz ile özdeşleşmiş, Modernizm' de beyaz yüzey ile tasarımcılar tasarımlarında etkili çözümler üretmişlerdir.

Araştırmada Modernizm ile hız kazanan beyaz alanların grafik tasarımda kullanımı, günümüz tasarım dünyasında kullanım biçimleri ile afiş boyutunda incelenecektir. Araştırmanın süreci tarihsel dizge içinde ele alınacak, dönemsel grafik tasarımlar örnekleri eşliğinde konu literatür verileri ile desteklenecektir. Ayrıca görsel bir öğe olarak beyaz alanlar, günümüzde grafik tasarımcıların sıklıkla kullandığı tasarım yöntemleri arasında olmasına karşın, grafik tasarımı noktasında bu konuyu irdelleyen araştırmaların sınırlılığı araştırmayı önemli hale getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Afiş Tasarımı, Modernizm, Beyaz Alanlar.

White Space in Poster Design

ABSTRACT

There are no static meanings in graphic design, and along with it, there are many definitions in regards to its use in daily life and common language. In its wider definition, graphic design is the production of visual expressions based on communication. For the sake of these visual and text based productions to conclude with esthetic and lasting design, their bond with visual design principles must not be severed. In this sense, parallel to the usage of white space in a design, the balance and hierarchy of visual objects are among the principles which will empower the design visually.

The usage of white spaces in graphic design history have gained a prevalent practicality with the Modernism movement. Modernist designers which have taken plastic economy as a basis against the glamorous stylistics of art movement which came before Modernism are designated elimination as a conclusion point. The contexts like tranquility, simplicity and neutrality are identified as white in architecture, design and art, and designers have produced effective solutions in their designs with white surface in Modernism.

In this research, the usage of white spaces in graphic design which have gathered pace with Modernism, their usage styles in modern world and white spaces in the context of banners will be analyzed. The process of this research will be approached in historical order and the subject, accompanied by periodical graphic design examples will be supported with literature data. Nevertheless, white spaces as a visual object, while being a commonly used design method for graphic designers nowadays, are making it important to investigate the limitation of the researches that examine this issue at the point of graphic design.

Although white spaces as visual objects are among the most common design methods currently used by graphic designers, the limitations of the researches that address this issue at the point of graphic design renders this research important to analyses.

Keywords: Graphic Design, Poster Design, Modernism, White Spaces.

Duygusal Emegin İş Doyumu Üzerindeki Etkisi: Konya Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama – 337

Dr. Rabia YILMAZ
Financial Consultancy Office
rabia6591@gmail.com

ÖZET

Günümüzde otel işletmelerinde çalışanlar müşteriyle üst derecede etkileşim halinde bulunmaktadırlar. Bu doğrultuda çalışanlar bu etkileşimleri esnasında işletmelerinin istekleri doğrultusunda duygusal emek sergilemektedirler. Çalışanlar duygusal emek sergilemeleri neticesinde kendilerini işlerinde daha başarılı ve yetkin hissetmektedirler. Bu durum onların iş doyumlarını artırmakta ve işle ilgili potansiyellerini daha iyi kullanmalarına sebep olmaktadır. Bu anlamda araştırmanın amacı otel çalışanlarının duygusal emeklerinin iş doyumları üzerindeki etkisinin belirlenmesidir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anketler Konya ilindeki beş yıldızlı otel işletmelerinde görev yapan 152 çalışan üzerinde uygulanmıştır. Araştırmada Chu ve Murrmann'ın (2006) Pala ve Tepeci (2009) tarafından uyarlanan “Duygusal Emek Ölçeği” ve Van Den Broeck'in (2010) “İş Doyumu Ölçeği” kullanılmıştır. Analizler SPSS 15.0 ve AMOS 11 programları ile yapılmıştır. Bu çalışmada geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ile korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Analizlerin sonucunda genel olarak duygusal emegin iş doyumunu üzerinde pozitif yönde bir etkisi olduğu bulunmuştur. Ayrıca yüzeysel davranış ile içsel doyum ve dışsal doyum arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki bulunmuştur. Buna ek olarak derinlemesine davranış ile içsel doyum ve dışsal doyum arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, İş Doyumu, Otel Çalışanları.

The Effect of Emotional Labor on Job Satisfaction: An Application on Employees of Konya Hotel Businesses

ABSTRACT

Today, the employees in the hotel businesses are highly interacting with the customer. Accordingly, employees display emotional labor in the direction of the desires of their enterprises during these interactions. Employees feel themselves more successful and competent in their work as a result of displaying their emotional labor. This situation increases their job satisfaction and causes them to better use their potential related to job. In this sense, the aim of this study is to determine the effect of emotional labor of hotel employees on their job satisfaction.

Questionnaire technique was used as data collection tool. The questionnaires were conducted on 152 employees working in five-star hotel businesses in the Konya City. “Emotional Labor Scale” of Chu and Murrmann (2006) adapted by Pala and Tepeci (2009) and “Job Satisfaction Scale” of Van Den Broeck (2010) were used. The analyzes were performed with SPSS 15.0 and AMOS 11 programs. In this study validity, reliability, correlation and regression analyzes were applied. As a result of the analyzes, it was generally found that emotional labor has a positive effect on job satisfaction. A significant and negative relationship was also found between surface acting and intrinsic job satisfaction and extrinsic job satisfaction. In addition to this, a significant and positive relationship was found between deep acting and intrinsic job satisfaction and extrinsic job satisfaction.

Keywords: Emotional Labor, Job Satisfaction, Hotel Employees

Konaklama İşletmelerinde Etik İklim Algılarının Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi: Konya İli Örneği – 338

Dr. Rabia YILMAZ

Financial Consultancy Office
rabia6591@gmail.com

ÖZET

Konaklama işletmelerinde çalışanların etik iklim algılarının kendileri ve işletmeleri üzerindeki etkilerinin araştırılması son yıllarda hızla önem kazanmıştır. Çalışanların işletmedeki etik iklimin doğru bir yönde olduğunu düşünmesi işletmeye karşı olan düşüncelerini olumlu olarak etkileyecektir. Bu durum onların işletme ile daha çok uyum kurma isteğini ve bütünleşme derecelerini artıracaktır. Sonuçta çalışanların örgütsel özdeşleşmelerini artıracaktır ve bu doğrultuda onların işle ilgili motivasyonlarını sağlayacak ve potansiyellerini daha iyi kullanmalarına salık verecektir. Bu araştırmanın temel amacı konaklama işletmeleri çalışanlarının etik iklim algılarının boyutlarının örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisinin belirlenmesidir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anketler Konya ilindeki beş yıldızlı konaklama işletmelerinde görev yapan 157 çalışan üzerinde uygulanmıştır. Araştırmada Victor ve Cullen'ın (1988) "Etik İklim Ölçeği" ile Mael ve Ashforth'un (1992) "Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği" kullanılmıştır. Analizler SPSS 15.0 ve AMOS 11 programları ile yapılmıştır. Bu çalışmada geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ile korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Analizlerin sonucunda başkalarının iyiliğini isteme ve kurallar ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Buna ek olarak kanun ve kodlar ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca araçsallık ve bağımsızlık ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı bir ilişki olmadığı saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik İklim, Örgütsel Özdeşleşme, Konaklama İşletmeleri.

The Effect of Ethical Climate Perceptions on Organizational Identification in Hospitality Enterprises: The Sample of Konya City

ABSTRACT

Studies on the effects of the ethical climate perceptions of the employees in the hospitality enterprise on themselves and their businesses has rapidly become crucial in recent years. The thought of employees about that the ethical climate in the enterprise is on the beam will positively affect their opinions towards the enterprise. This situation will increase their willingness to adapt to the organization and their degree of integration. As a result, it will increase the organizational identification of the employees and, in this direction, will provide them motivation related to job and will allow employees to better use their potential. The primary purpose of this study is to determine the effect of the dimensions of the ethical climate perceptions of hospitality enterprise employees on organizational identification.

Questionnaire technique was used as data collection tool. The questionnaires were conducted on 157 employees working in five-star hospitality enterprises in Konya. In the study, "Ethical Climate Scale" of Victor and Cullen (1988) and "Organizational Identification Scale" of Mael and Ashforth (1992) were used. The analyzes were performed with SPSS 15.0 and AMOS 11 programs. In this study validity, reliability, correlation and regression analyzes were applied. As a result of the analyzes, it was found that there was a significant and positive relationship between caring, rules and organizational identification. In addition to this, a significant and positive relationship was found between laws and codes and organizational identification. It was also found that there was no significant relationship between instrumentalism and independence and organizational identification.

Keywords: Ethical Climate, Organizational Identification, Hospitality Enterprises.

İşten Çıkış Mülakatlarının Örgüt Çalışanlarını Geri Kazandırmaya Etkisi: KKTC Yerel Bankaları Üzerine Bir Araştırma – 339

Olgun TOPALCIK

Lefke Avrupa University
olgun.topalcik@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ

Akdeniz Karpaz University, Dean of Management
veclal.gulay@akun.edu.tr

ÖZET

İşten ayrılırken işveren ve çalışan menfaati bitme noktasındadır. Her iki tarafta işten ayrılma noktasında olduğu için tüm konular direkt konuşulmaktadır. İnsan Kaynakları işe giriş mülakatından, çalışanın işten ayrılmasına kadar geçen süre içerisinde çalışanlarla ilgili tüm bölümlerde rol oynayan aktif bir departmandır. Halk arasında İnsan Kaynakları denilince genelde akla ilk gelen işe alım, performans değerlendirme gibi görevlerin yürütüldüğü bir departman olduğudur. Fakat departmanın görevleri arasında işe alım süreci kadar işten çıkarma süreci de bulunmaktadır. Yapılan bu akademik nitelikli çalışmada, işten çıkarma mülakatları ile çalışanların KKTC Yerel Bankaları'nda çalışan banka memurlarının örgüte geri kazandırılıp, kazandırılmadığını ölçmek amaçlanmıştır. Yapılan araştırma için veri toplama tekniklerinden Yarı Yapılandırılmış Mülakat yöntemi seçilmiştir. KKTC'de faaliyet gösteren toplam 16 yerel banka olup, araştırma için toplam 13 yerel banka ile görüşülmüştür. Araştırmadan elde edilen sonuç, işten çıkış mülakatları banka çalışanlarını örgüte geri kazandıramamış olmasıdır.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynakları, Bankacılık Sektörü, Geri Kazandırma, Mülakat, KKTC

The Effect of Remedial Interviews on the Bankers For the Recovery: Research on TRNC Local Banks

ABSTRACT

The employer and employee benefits are at the end of the job while leaving the job. Since both parties are on leave, all issues are spoken directly. Human Resources is an active department that plays a role in all departments related to employees from the recruitment interview to the employee's departure. Human Resources is well known as, it is generally a department where tasks such as recruitment and performance evaluation are carried out. However, the tasks of the department include the dismissal process as well as the recruitment process. In this academic study, it was aimed to measure whether the employees working in the TRNC Local Banks were returned to the organization by remedial interviews. Semi-Structured Interview method was chosen for data collection techniques. There are 16 local banks operating in the TRNC, 13 of them involved in this research. The result of the study shows that the remedial interviews did not bring the bank employees back into the organization.

Keywords: Human Resources, Banking Sector, Recovery, Interview, TRNC

The Effect of Emotional Intelligence on Organizational Commitment: An Application on Hospital Employees – 340

Dr. Rabia YILMAZ

Financial Consultancy Office
rabia6591@gmail.com

ABSTRACT

Today, the organizations operating in the service sector should consider the emotional state of their employees in order to show high performance. In this direction providing emotional adaptation between the organization and its employees plays an important role in the achievement of the organization. One of the factors creating this adaptation is emotional intelligence. Employees who can use their emotional intelligence at a high level interact more with their organizations and provide better integration with their organizations and as a result of that their organizational commitment increase. The main purpose of this study is to determine the effect of a public hospital employee's emotional intelligence on organizational commitment.

Survey technique was used as data collection tool. The questionnaires were conducted on 120 medical secretaries working in the public hospital in Konya city. In the study “Emotional Intelligence Scale” of Schutte et al. (1989) and “Organizational Commitment Scale” of Allen and Meyer (1990) were used. In addition, SPSS 15.0 and AMOS 11 programs were used when analysing. In this study validity, reliability analysis, correlation and regression analysis were applied. As a result of the analysis it was found that emotional intelligence and some of its sub-dimensions had a significant and positive effect on organizational commitment and some of its sub-dimensions.

Keywords: Emotional Intelligence, Organizational Commitment, Hospital Employees.

Mutluluk Ekonomisi: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme – 341

Asst. Prof. Dr. Süheyla ERİKLİ

Ankara Yıldırım Beyazıt University
serikli@ybu.edu.tr

ÖZET

1974 yılında Richard A. Easterlin tarafından oluşturulan Easterlin Paradoksu, Mutluluk ekonomisi kavramının literatüre girmesinde büyük bir rol oynamıştır. 2000’li yıllardan itibaren ise uluslararası düzeyde bu alanda yapılan çalışmaların arttığı gözlenmekle birlikte Türkiye’de bu alanda yapılan çalışmaların oldukça sınırlı sayıda olduğu tespit edilmiştir.

Mutluluk ekonomisi en genel tanımı ile bireyin refahı ya da iyi olma hali ile elde ettiği gelir veya sahip olduğu zenginlik gibi ekonomik konular arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Bir diğer ifade ile mutluluk ekonomisi, hangi ekonomik faktörlerin insan refahını ve yaşam kalitesinin artırdığını veya azalttığını araştırmaktadır.

Bu çalışmada mutluluk ekonomisi kavramına ilişkin literatür taraması yapılacaktır; ayrıca Dünya Mutluluk Raporu, Mutlu Gezegen Endeksi (The Happy Planet Index) ve uluslararası veri tabanları (WB, OECD) incelenerek mutluluk endeksinin nasıl oluşturulduğu araştırılarak bireyin mutluluğu üzerinde etkili olan faktörler tespit edilecektir. Ayrıca ülkeler arası karşılaştırmada Türkiye’nin durumuna ilişkin veriler paylaşılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mutluluk ekonomisi, bireyin iyi olma hali, Mutluluk endeksi

Happiness Economy: Evaluation for Turkey

ABSTRACT

Richard A. The Eastern Paradox by Eastern has played a major role in the introduction of the concept of happiness economy into the literature in 1974. It has been observed that studies in this area have been increasing at the international level since the 2000s, but it has been determined that there are very limited numbers of studies in this area in Turkey.

The economy of happiness examines the relationship between the general definition of the economy and the economic issues such as the income acquired by the individual or the wealth acquired by the state of well-being. In other words, the happiness economy is investigating which economic factors increase or decrease human well-being and quality of life.

In this study, the literature review of the concept of happiness economy will be made; in addition, The World Happiness Report, The Happy Planet Index and the international databases (WB, OECD) will be examined and the factors effecting the happiness of the individual will be determined. In addition, data on Turkey's situation will be shared in cross-country comparisons.

Keywords: Happiness Economy, Good State of The Individual, Happiness Index.

Türkiye’de Genç İşsizliği ile Mücadelede Alternatif Bir Çözüm: Sosyal Girişimcilik – 342

Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK

Hacettepe University, Social Sciences HS
volkani@hacettepe.edu.tr

ÖZET

Sosyal girişimcilik henüz Türkiye’de yasal olarak tanınmasa da Dünya’da önemi giderek artan, sosyal değer üretme odaklı bir girişimcilik türüdür. Sosyal sorunlarla mücadele etmeye odaklanan ve bu amaçlarını inovatif girişimcilik prensiplerini kullanarak gerçekleştiren sosyal girişimler; sosyal refah artışına katkıları nedeniyle önemli birer yan aktör olarak görülmektedir. Temel aldıkları sosyal sorunlar; çocuk işçiliğinden, eğitime, cinsiyet temelli ayrımcılıktan, işsizliğe, çevre sorunlarından yoksulluğa kadar oldukça geniş bir yelpazede kendisini göstermektedir. Özellikle işsizlikle mücadele konusunda sosyal girişimler; bir yandan işsizliğe karşı geliştirdikleri yaratıcı çözümlerle, diğer yandan da örgütlerinde istihdam ettikleri bireyler nedeniyle istihdama çift yönlü katkı sağlamaktadırlar. Bu çalışmanın amacı; Türkiye’nin işgücü piyasası problemleri içerisinde üst sıralarda yer alan genç nüfusta işsizlik sorunu ile mücadelede alternatif bir strateji olarak gençlerde sosyal girişimciliğin teşvikini sorgulamaktır. Bu kapsamda Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişimi önündeki engellerin de değerlendirildiği çalışmada; genç işsizlerin sosyal girişimci bireylere dönüşümünü destekleyici politika ve uygulama örnekleri tartışılarak, gençlere yönelik sosyal girişimcilik beceri eğitimini esas alan bir model önerisi ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Genç İşsizliği, Sosyal Sorumluluk, İnovasyon.

Social Entrepreneurship: An Alternative Solution in Combating Youth Unemployment in Turkey

ABSTRACT

Even though social entrepreneurship hasn’t been legally recognised in Turkey yet, it is a social value creation oriented kind of entrepreneurship which gradually grows in importance globally. Social enterprises that focus on combating social issues and realize this mission by utilising innovative entrepreneurship principles; are regarded as significant supporting actors due to their contribution on welfare enhancement. Social issues that they ground on can be observed on a wide range from child labour, education, or gender discrimination to environmental issues, and poverty. Social enterprises that particularly tend towards combating unemployment, contribute to employment bilaterally by creating innovative solutions to unemployment in one sense, and by employing individuals within their organizations, in other. The aim of this study is; to question encouragement of social entrepreneurship within youth, as an alternative strategy in combat with unemployment within young population, which is one of major problems of Turkish labour market. While evaluating obstacles to social entrepreneurship in Turkey in this context; this study at hand reveals a model proposal that bases on social entrepreneurship skill education towards youth, by discussing policy and practice examples which support transforming unemployed youth to social entrepreneur individuals.

Keywords: Social Entrepreneurship, Youth Unemployment, Social Responsibility, Innovation.

Akıllı Ve Veriye Dayalı Tedarik Zincirleri – 343

Asst. Prof. Dr. İbrahim AKBEN

Hasan Kalyoncu University
ibrahim.akben@hku.edu.tr

Mehmet ÖS

Hasan Kalyoncu University – Gaziantep University
mmmehmetos@hotmail.com

ÖZET

Endüstri 4.0 sürecinin önemli bir parçası olan teknolojik gelişmeler sayesinde lojistik bilişim sistemlerinin bir çok alanda olduğu gibi tedarik zinciri yönetiminde de kullanılması bir çok açıdan bu sektöre değer kazandırmıştır. Akıllı ve veriye dayalı teknolojiler içerisinde, akıllı sensörler, nesnelerin interneti (IoT), RFID vb. teknolojiler yer almakta ve tedarik zinciri içerisinde önemli roller üstlenmektedirler. Tedarik zincirinin önemli başarı faktörlerinden olan malzemelerin doğru zamanda, doğru miktarda, doğru kişiye, doğru yerde ulaştırılması bilişim sistemlerinin kullanılmasıyla daha da mümkün hale gelmiştir. Aynı zamanda lojistik bilişim sistemleri firmalara müşterilerinin kontrolü ve müşteri ilişkilerinin daha iyi şekilde yönetilmesi ve firma karının artırılması gibi olanaklar sağlamanın yanı sıra küresel anlamda da rekabet gücü sağlaması muhtemeldir.

Bu çalışmanın amacı; Geleneksel tedarik zincirlerinin, bilişim sistemleri ile bütünleştirilerek akıllı ve veriye dayalı tedarik zincirlerinin kullanılması farkındalığını oluşturmaktır. Ayrıca akıllı ve veriye dayalı tedarik zincirlerinin kullanılmasıyla ürünün hammaddeyi nihai tüketiciye kadar olan bütün süreç boyunca dijital olarak kullanılmasının avantajlarını incelemektir.

Anahtar Kelimeler: Bilişim sistemleri, Akıllı Aygıtlar, Tedarik Zinciri, Veri

Intelligent and Data Driven Supply Chains

ABSTRACT

Thanks to technological developments, which are an important part of the Industry 4.0 process, the use of logistics information systems in many areas such as supply chain management has added value to this sector in many ways. Intelligent and data-driven technologies include intelligent sensors, Internet of Things (IoT), RFID and so on. technologies are involved and they play important roles in the supply chain. It has become even more possible with the use of information systems to deliver the right amount of materials, which are important success factors of the supply chain, to the right person in the right place at the right time. At the same time, logistics information systems are likely to provide companies with opportunities to control their customers and better manage customer relations and increase profitability of the company, as well as provide global competitive power.

The aim of this study is; to create awareness of the use of smart and data-based supply chains by integrating traditional supply chains with information systems. In addition, by using intelligent and data-driven supply chains, we examine the advantages of using the product digitally throughout the entire process from raw material to final consumer.

Keywords: Information Systems, Smart Devices, Supply Chain, Data

Bilgi ve İletişim Teknolojileri İhracat Düzeyi ve Kişi Başına Milli Geliri İlişkisi Üzerine Panel Eşbütünleşme Analizi – 344

Dr. Ebru Gül YILMAZ

Istanbul Gelişim University, İİSBF
egyilmaz@gelisim.edu.tr

ÖZET

Günümüzde bilgi, küresel anlamda yaşanan rekabet ve rekabetin doğurduğu verimlilik artış arayışı için en önemli etkenlerden biri haline gelmiştir. Öte yandan bilgi, ülkelerin refah artırma çabalarına, yüksek teknoloji ürünlerinin icadı ve geliştirilmesini sağlaması anlamında da itici güç olarak destek vermektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) alanında yaşanan gelişmeler ve dijitalleşme, uluslararası ticaretin global anlamda yeniden şekillenmesini; dijital pazarların kurulması ve dolayısıyla ülkeler arasındaki sınırların ortadan kalkması sonucunun da doğmasını beraberinde getirmiştir. Akıllı telefonların ve diğer sofistike cihazların geliştirilmesiyle tüketiciler, e-kitap, şarkı ve film gibi ürünlere internet kanalıyla erişerek belirli ürünleri çevrimiçi kullanma şansını kullanmaya başlamışlardır. Bir ülkede mukim bir tüketici, başka bir ülkede üretilen ürünlere sadece birkaç saniye içinde kolayca ulaşabilir, birkaç dakika içerisinde ise siparişini tamamlayabilir duruma gelmiştir. Bu denli önem kazanmış olan bilgi ve iletişim teknolojilerinin ülkelerin refah düzeyleri ile ilişkisi çalışmanın çatısını oluşturmaktadır. İki değişkenli olarak kurgulanan modelde kişi başına gelir bağımlı, BİT İhracatının toplam ihracat içerisindeki payı ise bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Kişi Başına Milli Gelir= $ai + \text{BİT/Toplam İhracat} + \text{Et}$ şeklindeki modelde BİT ürünlerinin toplam ihracat içerisindeki payı Dünya Bankası istatistiki raporlarından temin edilmiştir. Söz konusu kaynağın veri seti 2000 yılından itibaren ve 2016 yılına kadar temin edilebildiği çalışma dönemi 2000-2016 olarak belirlenmiştir. Kişi başına milli gelir verisi için ise yine Dünya Bankası istatistiki raporları baz alınmıştır. Araştırmaya dahil edilen ülkeler; Hong-Kong, Filipinler, Singapur, Vietnam, Malezya, Çin, Kore, Slovakya, Meksika, Tayland, Malta, Çek Cumhuriyeti, Estonya, İsrail, Macaristan ve Hollanda'dır. Birimler arası korelasyonun var olmaması sebebiyle birinci nesil testler olan Kao, Pedroni ve Westerlund eş bütünleşme analizleri kullanılmıştır. Veri setlerinde durağanlığı tespit edebilmek adına Levin Lin Chu testleri uygulanmış, birimler arası korelasyon varlığının tespiti için ise spearman korelasyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Tüm analizler için Stata 15 programı kullanılmıştır. Kao ve Pedroni testlerine göre eş bütünleşme ilişkisi tespit edilmeyenken, Westerlund ile gerçekleştirilen analizde BİT ihracatının toplam ihracat içerisindeki payı ile kişi başına gelir arasında eş bütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Kao analizinde alt iki testte; Modified Dickey-Fuller ve Unadjusted Modified Dickey Fuller ve Pedroni alt testi Modified Phillips Perronda da eşbütünleşme ilişkisi sonucuna ulaşıldığından analizin dahil edilen ülke sayısını artırarak ve farklı seviyelerde BİT ihracatına sahip ülkeleri de çalışma kapsamının genişletilmesiyle tekrarlanması ilişkinin varlığını pekiştirebilecektir. Bu pekiştirmenin sağlanmasıyla katma değerli ürün ihracatının ülkelerin milli gelir düzeyine olumlu etkilerinden daha net bir biçimde bahsedilebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Kişi Başına Milli Gelir, Panel Eşbütünleşme Analizi, Kao, Pedroni, Westerlund

Panel Cointegration Analysis on Information and Communication Technology Export Level and Income Per Capita

ABSTRACT

Information has become one of the most important factors for the need of increase in the efficiency which occurred due to competition. On the other hand, the information supports countries' efforts to increase welfare as a driving force in terms of ensuring the invention and development of high-tech products. Developments and digitalization in the field of information and communication technologies (ICT) lead to globalization of international trade; the establishment of digital markets and consequently the disappearance of borders between the countries. With the development of smartphones and other sophisticated devices, consumers have begun to use online access to products such as e-books, songs and movies, and to use certain products online. A consumer in a country can easily reach the products produced in another country in just a few seconds, and within a few minutes, she can complete her order. The relationship of information and communication technologies with the welfare levels of countries has been the primary purpose of this research. In this two-variable model, per capita income was determined as

dependent variable and the share of ICT exports in total exports as dependent variable. The formulation of the model is “Per Capita Income= $\alpha_i + \text{ICT} / \text{Total Export} + \epsilon_t$ ”. The data ‘share of ICT products in total exports’ has obtained from World Bank statistical reports. The only data set for 2000-2016 could not be obtained from the mentioned resource. For the per capita income, The World Bank statistical reports has been taken as basis. The countries included in the study were; Hong-Kong, Philippines, Singapore, Vietnam, Malaysia, China, Korea, Slovakia, Mexico, Thailand, Malta, Czech Republic, Estonia, Israel, Hungary and the Netherlands. Due to the absence of inter-unit correlation, first generation tests, Kao, Pedroni and Westerlund co-integration analyzes were used. Levin Lin Chu tests were applied to determine the stability of the data sets and spearman correlation analyzes were performed to determine the correlation between the units. Stata 15 program was used for all analyzes. According to the Kao and Pedroni tests, no cointegration relationship was determined, but in the analysis performed with Westerlund, the co-integration relation between the share of ICT exports in total exports and per capita income was determined. In the sub-tests of the Kao analysis; Modified Dickey-Fuller and Unadjusted Modified Dickey Fuller and also Pedroni sub-test Modified Phillips Perron's, cointegration relationship is achieved. Thus increasing the number of countries included in the analysis and repeating the analysis with different levels of ICT exports would support the positive effects of the exports of value-added products on the per capita income.

Keywords: Information and Communication Technologies, National Income Per Capita, Panel Cointegration Analysis, Kao, Pedroni, Westerlund.

Supply Chain Risk Management in the Energy Sector: The Case of East Med Gas – 345

Kemal HAŞİM

PhD Student, The University of Innsbruck, Austria
kemalhasim@gmail.com

ABSTRACT

No doubt that in the energy sector, various risks can cause not only energy insecurity but also have a detrimental impact on numerous issues such as widening global energy demand and supply gap, leading transportation problems in supply chain management as well as fuelling uncertainty and unreliability on supply and demand scenarios. The current literature fails to provide sufficient information about the management of gas supply risks and the transportation of gas in a safer and more sustainable way. This study takes a step towards building a theory of supply chain risk management and mitigation strategies for the natural gas supply from the Eastern Mediterranean region. It aims to investigate potential risks which are likely to influence the gas supply from the region, identify possible risk drivers, and outline the most preferred methods to manage and reduce these risks. In addition, it also attempts to provide information about the most appropriate methods which could be implemented in the context of sustainability and safer transportation- to supply gas from the region.

The current research had appointed qualitative research as a research approach and employed semi-structured interview technique to collect data. It could be stated that semi-structured interviews were conducted mainly with the academics and think tanks that have expert knowledge about the scope of the study. Furthermore, it had assigned case study as a research strategy and expert sampling method to collect data from the participants. The study revealed that war, terrorism, political events and political instability of the countries in the region were the significant risk drivers which would increase the vulnerability of the gas supply chain to disturbance in the region. Moreover, results also showed that cooperation, security risk management and mitigation approaches, as well as control, share or transferring of various risks in the region were the most preferred strategies for managing and mitigating the supply risks of the East Med gas. It is also concluded that pipeline would be the best option when compared with other alternatives for sustainable supply chain management practices and safer transportation in Eastern Mediterranean region.

Keywords: East Med Gas, Gas Supply, Eastern Mediterranean Region, Supply Chain Risk Management.

Girişimcilik Kültürünün Gelişimine Yerel Yönetimlerin Katkısı: Türkiye'deki Büyükşehir Belediyelerinin Etkinliklerinin Veri Zarflama Analiziyle Değerlendirilmesi – 347

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN

Necmettin Erbakan University
aergulen@erbakan.edu.tr

Inst. Zeynep ÜNAL

Nevşehir HBV University
zeynepunal@nevsehir.edu.tr

İbrahim HARMANKAYA

Necmettin Erbakan University
ibrahimharmankaya@selcuk.edu.tr

ÖZET

Ülkemiz yerel yönetim sistemi içerisinde, 16 ilde yer alan Büyükşehir Belediyelerinin yanı sıra 2014 yılında kurulan on dört (14) yeni Büyükşehir belediyesi ile birlikte otuz (30) büyükşehir belediyesi yer almaktadır. Yeni kurulan büyükşehir belediyeleri sisteme süratle adapte olmuşlardır. Büyükşehir belediyelerinin idari yapılanmaları ile bütçe yapıları aynı çerçevede oluşmaktadır. Ancak faaliyetlerini gerçekleştirirken kullanılan personel kaynakları, ilin nüfus sayısı, hizmet verilen ilçe sayısı, ilçe belediyelerinin durumu, ilin mülki sınırlarının genişliği, coğrafi özellikler, bütçe miktarı, öz gelir miktarı, yapılan projeler, makine teçhizat, iş makinası sayısı vb. girdi ve çıktı değerleri doğal olarak birbirinden farklılık arz etmektedir. Büyükşehir belediyelerinin birbirinden bağımsız tüzel kişiliklerinin olması, bölgesel farklılıklar, merkezi yönetimin vermiş olduğu destek, üst yönetimlerin almış olduğu kararlar gibi nedenlerle gelişim farklılıkları oluşmaktadır. Büyükşehir belediyeleri kendi illerindeki ekonomik kalkınmaya katkı sağlamak amacıyla ve sosyal belediyeciliğin gereği olarak, girişimcilik faaliyetlerini destekleyici, özendirici faaliyetler de bulunmaktadır. Ancak bu faaliyetlerin sadece sayısal girdi ve çıktı değerlerine bakarak Büyükşehir Belediyelerinin etkinliklerini ölçmek mümkün değildir. Bu bağlamda çalışmada, ülkemizde farklı şehirlerde kurulmuş olan otuz (30) Büyükşehir Belediyesinin birbirlerine kıyasla ne derece etkin oldukları ve girişimcilik kültürüne yaptıkları katkılar tespit edilmeye çalışılmıştır. Üst yönetimlere mevcut durum hakkında bilgi verebilmek ve geleceğe dair değişken faktörler hakkındaki alınacak kararlarda iç gördü oluşturabilmek adına çalışma önemli bir noktadadır. Çalışmada söz konusu otuz büyükşehir belediyesinin 2018 yılında kamuoyuna açıklanan 2017 resmi faaliyet raporlarındaki verilerden yararlanılmıştır. Performans ölçümünde etkinlik analiz yöntemlerinden olan “veri zarflama analizi yöntemi” kullanılmıştır. Veri zarflama analizi için kurulacak doğrusal programlama modelinde ise Lindo paket programı kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda Büyükşehir Belediyelerinin göreceli etkinlik analizleri gerçekleştirilmiş ve değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Yerel Yönetimler, Etkinlik Analizi, Büyükşehir Belediyeleri

Contribution of Local Governments to the Development of Culture of Entrepreneurship: Evaluation of the Effect of the Data Envelopment Analysis Metropolitan Municipalities Activities in Turkey

ABSTRACT

In addition to the metropolitan municipalities in 16 provinces, there are thirty (30) metropolitan municipalities together with fourteen (14) new metropolitan municipalities established in 2014 within the local government system. The newly established metropolitan municipalities have quickly adapted to the system. Administrative structures of metropolitan municipalities and budget structures are formed in the same framework. However, when performing their activities, personnel resources, population of province, number of districts served, the situation of district municipalities, the width of the provincial boundaries of the province, Geographical features, budget amount, amount of own income, projects, machinery - equipment, number of work machines etc. input and output

values differ from each other. Development differences occur due to reasons such as the fact that metropolitan municipalities have independent legal entities, regional differences, support provided by the central government, and decisions taken by the senior management. The metropolitan municipalities also have activities to support and support entrepreneurship activities as a requirement of social municipality in order to contribute to the economic development in their own provinces. However, it is not possible to measure the activities of Metropolitan Municipalities by looking only at the values of numeral inputs and outputs. In this context, in this study, the effects of thirty (30) metropolitan municipalities established in different cities in our country compared to each other and their contributions to entrepreneurship culture have been tried to be determined. It is an important point to give information to the senior management about the current situation and to create insights on the future decisions about the variable factors. in the study, the data from the 2017 official activity reports of the thirty metropolitan municipalities announced in 2018 were used. Efficiency analysis method zarf data envelopment analysis method etkinlik was used in performance measurement. In the analysis of the linear programming model for data envelopment analysis, Lindo package program was used. At the end of the study, the relative effectiveness analysis of the Metropolitan Municipalities was carried out and evaluated.

Keywords: Entrepreneurship, Local Governments, Activity Analysis, Metropolitan Municipalities

Üniversiteli Gençler Açısından Girişimcilik Eğitimlerinin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi – 348

Nisa Nur MUSLUHITTINOGLU

Istanbul Medipol University, İTBF
n.musluhittin@gmail.com

Dr. Zafer ADIGUZEL

Istanbul Medipol University, İYBF
zadiguzel@medipol.edu.tr

ÖZET

Literatürde girişimcilik alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde, girişimcilik kavramının oldukça köklü bir geçmişe sahip olduğunu ve girişimcilik alanında yapılan çalışmaların multidisipliner (Psikoloji, tarih, iktisat ve işletme gibi alanlar) bir anlayışla araştırıldığını görebilmekteyiz. Girişimcilik yeni bir iş kurma ve serbest çalışma, yani kendi işinin patronu, aynı zamanda yeni bir kariyer seçeneği olarak görülmektedir. Girişimcilik, düşüncenin veya bir fikrin değeri olan bir ürün ve/veya hizmete dönüştürüldüğü süreç ve faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Hattab 2014). Shane ve Venkataraman (2000) yapmış oldukları araştırmada girişimciliği, bir fırsatın keşfedilmesi ve değerlendirilmesi olarak açıklamaktadırlar. Girişimciliğin özünde aynı zamanda, girişimci açısından kendi istihdamını yaratma ve iş olanağı yaratma olarak tanımlanmakla birlikte, girişimcilik gerçekleştirilen faaliyetlerle birlikte ekonomik kalkınmada önemli bir rolü olan, yenilikçilik ve kaliteli işlerin kaynağı olarak tanımlanmaktadır. Literatürde çoğu araştırmada girişimciliğin temel felsefesinde kar elde etme amacıyla yeni bir işletmenin kurulması ve işin sürdürülebilirliğinin sağlanması olarak açıklanmaktadır (Hisrich vd 2007). 1947 yılında ABD’deki Harvard Business School’da Myles Mace tarafından girişimcilik alanında ilk dersler vermeye başlanmıştır (Çetinkaya ve Alparslan 2013). Özellikle 1940 yılından sonra gelişmiş ülkeler girişimcilik alanındaki eğitimlere önem vermişlerdir. 1990 yılından sonra Amerika daki üniversitelerde girişimcilik eğitiminin yaygınlaşmaya başladığını görebilmekteyiz. 1993 yılında ABD’de 400 den fazla üniversitede girişimcilik dersleri verilmekteydi (Karadeniz 2010), 2000 yılına gelindiğindeyse ABD’de yaklaşık 2000 üniversitede girişimcilik eğitimleri vermeye başlanmış (Çetinkaya ve Alparslan 2013), ve bu eğitimlerin sonucu olarak da günümüzde 100 milyarca dolar değerindeki şirketler ortaya çıkmaya başlamıştır. Gelişmiş ülkelerde girişimciliğe olan ilgi ve duyarlılık oldukça artış göstermektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biride her bir girişimcinin işsizliğe karşı çözüm olması ve ülke ekonomisine katkı sunabilecek üretim faktörlerini bir araya getirmesi olarak görülmüştür. Verilen girişimcilik eğitimiyle birlikte girişimci sayısındaki artışın doğru orantıda olması, üniversitelerin girişimcilik alanında eğitim vermesinin ülke ekonomisi açısından ne kadar önemli ve değerli olduğunu göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelere bakıldığında girişimcilik alanındaki eğitimler konusunda geç kalınması ve istenilen seviyede gerçekleşmemesi ülke ekonomisine katkı açısından düşük seviyelerde kalmasına neden olmaktadır. Araştırmanın amacı kapsamında ülkemizde üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimleriyle birlikte 4 yıllık lisans bölümü olarak kurulmuş olan girişimcilik bölümünde okuyan öğrencilerin aldıkları eğitimlerle birlikte girişimcilik alanında gördükleri avantajlar ve dezavantajların girişimcilik niyetleri üzerindeki etkileri araştırılmış ve analiz edilmiştir. Devlet ve vakıf üniversitelerinde öğrenim görmekte olan 613 üniversite öğrencisi ile anket çalışması yürütülmüştür. Üniversitelerde verilen eğitimin kalitesi girişimcilik alanında yaşanabilecek dezavantajları ortadan kaldırırken aynı zamanda girişimcilik niyetini ortaya çıkaran önemli bir etken olmaktadır. Üniversite eğitimin kalitesi, Girişimcilik Avantajları ve Dezavantajlarını temsil eden sorular, 2018 yılında Gavurová vd. Tarafından yapılan çalışmadan faydalanılmıştır. Girişimcilik niyetini temsil eden sorularda Linan ve Chen (2009), Palalić vd (2017) tarafından yapılan çalışmalarda sorular kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin analiz edilmesinde, IBM SPSS 23 İstatistik Paket Programı kullanılarak elde edilen veriler değerlendirilmiş ve Demografik bilgilerde “descriptive (tanımlayıcı)” analiz kullanılmıştır. Likert ölçeğinin kullanıldığı sorularda faktör analizi (doğrulayıcı ve açıklayıcı) ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde korelasyon analizi; hipotezlerin test edilmesinde regresyon analizi ve ara değişken etkisinin ölçülmesinde sobel testi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Eğitiminin Kalitesi, Girişimcilik Avantajları, Girişimcilik Dezavantajları, Girişimcilik Niyeti.

Investigation of the Effects on Entrepreneurship Intention, Entrepreneurship Training, From the point of view of University Youth

ABSTRACT

When we examine the studies in the field of entrepreneurship in the literature, we can see that the concept of entrepreneurship has a very long history and studies in the field of entrepreneurship have been investigated with a multidisciplinary (psychology, history, economics and business fields) approach. Entrepreneurship is seen as a new business option and a new career option. Entrepreneurship is defined as the process and activity in which thought or an idea is transformed into a product and/or service that has value (Hattab 2014). Shane and Venkataraman (2000) explain the entrepreneurship in their research as the discovery and evaluation of an opportunity. At the same time, entrepreneurship is defined as creating entrepreneurship and creating jobs, but entrepreneurship is defined as the source of innovation and quality work with an important role in economic development. In many studies, the main philosophy of entrepreneurship in the literature is to establish a new business for the purpose of gaining profit and to ensure the sustainability of the work (Hisrich et al 2007). In 1947, Myles Mace started teaching the first courses in entrepreneurship in the Harvard Business School in the USA (Çetinkaya and Alparslan 2013). Especially after 1940, developed countries gave importance to entrepreneurship education. After 1990, we can see that entrepreneurship education is becoming more widespread in the universities of America. Entrepreneurship courses were given in more than 400 universities in the USA in 1993 (Karadeniz 2010), and in 2000, around 2000 universities in the United States were given entrepreneurship trainings (Çetinkaya and Alparslan 2013), and as a result of these trainings now worth \$ 100 billion companies have started to emerge. In developed countries, interest and sensitivity to entrepreneurship is increasing. One of the most important reasons for this is that each entrepreneur is seen as a solution against unemployment and to bring together the factors of production that can contribute to the country's economy. The fact that the increase in the number of entrepreneurs together with the given entrepreneurship education has a direct proportion shows how important and valuable the education of universities in the field of entrepreneurship is for the country's economy. When developing countries are considered too late in the field of entrepreneurship education and not at the desired level, it causes low levels of contribution to the country's economy. Within the scope of the aim of the study, the effects of the advantages and disadvantages of the students studying in the entrepreneurship department, which was established as a 4 year undergraduate department with the entrepreneurship trainings given in universities in our country, together with the trainings given in the university, were investigated and analyzed. A survey was conducted with 613 university students studying in state and foundation universities. The quality of the education provided at the universities eliminates the disadvantages that may occur in the field of entrepreneurship, but is also an important factor that creates the intention of entrepreneurship. Questions representing the quality of university education, the advantages and disadvantages of entrepreneurship In 2018, Gavurová et al. The work done by him was used. Questions representing the intention of entrepreneurship were used in the studies conducted by Linan and Chen (2009), Palalić et al. (2017). In the analysis of the relationships between the variables, the data obtained by using the IBM SPSS 23 Statistical Package Program were evaluated and descriptive analysis was used in the demographic information. Factor analysis (confirmatory and descriptive) and reliability analysis were performed on questions using Likert scale. Correlation analysis of the relationships between variables; Regression analysis was used to test hypotheses and sobel test was used to measure the effect of intermediate variable.

Keywords: Quality of University Education, Advantages of Entrepreneurship, Disadvantages of Entrepreneurship, Intention of Entrepreneurship.

Sosyal Çevre ve Ekonomik Ortamın Girişimcilik Açısından Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması – 349

Nisa Nur MUSLUHITTINOGLU

Istanbul Medipol University, İTBF
n.musluhittin@gmail.com

Dr. Zafer ADIGUZEL

Istanbul Medipol University, İYBF
zadiguzel@medipol.edu.tr

ÖZET

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş dönemiyle birlikte girişimciliğe duyulan ilgi artmıştır. Bu çağda insan gücü gerektiren emeğin üretim üzerindeki etkisi azalmış, üretimde bilginin etkisi daha fazla görülmeye başlanmıştır. Girişimcilik bilginin daha hızlı yayılıp, üretkenliği artırarak ekonomik kalkınmaya destek sağlamaktadır. Bunun yanında girişimciler hem bilim ve teknolojiyi kullanarak, hem de bu alanlara kaynak aktararak bilim ve teknolojinin gelişmesine de öncülük yapmış olmaktadır. Girişimci bireyler sadece kendi işletmelerinin değil ulusal, bölgesel kalkınmanın da büyük bir kısmını üstlenmektedirler. Sürekli değişen ve gelişen bir toplum olmamız sebebiyle bireysel talep ve ihtiyaçlarımız da değişiklik göstermektedir. Wiklund ve Shepherd (2005) tarafından yayınlanan çalışmada, Finansal kaynaklara erişim ile girişimcilik arasındaki ilişkide finansal kaynaklara erişimin olumlu bir değişken olarak hareket ettiğini belirtmektedir. Finansal kaynaklara erişimin rahat, kolay ve güvenilir olması durumunda girişimci adayları sadece fikirlerini veya girişimcilik düşüncelerini değil aynı zamanda girişimcilik sürecinin aktif bir şekilde uygulanması konusunda istekli olurlar (Covin ve Slevin 1991; Lumpkin ve Dess 1996). Finansal açıdan sermaye her ne kadar önemli olsa da bu kaynaklara erişim de bir o kadar önem taşımaktadır (Stevenson ve Jarillo 1990). Bu nedenle, etkili bir girişimin temel kaynağının finansal kaynaklara erişimin olduğu belirtilebilir. Girişimciliğin gelişmesinde sadece toplumun ihtiyaçları rol oynamaz, çevre tarafından sağlanan fırsatlar da önemlidir. Ekonomik faktörlerin girişimcilik üzerindeki etkisi tartışılmaz olmasına rağmen sadece ekonomik öğeler girişimciliği açıklamaya yeterli olmaz. Bu nedenle girişimciliğin açıklanması için toplumun kültürel faktörleri de göz önüne alınmalıdır. Girişimciliğe uygun bir ortamın oluşması için kültürel özelliklerin de bu ortama uygun özellikler taşıması gerekmektedir. Yapılan araştırmalara göre kültürel değerler ve girişimsel aktiviteler arasında önemli bir ilişki vardır. Bu nedenle kişinin girişimciliğe olan yatkınlığı ailesi ve toplumun kültürü, aldığı eğitim tarafından şekillenmektedir. Serbest meslek seçiminin ortak bir kariyer tercihi olmadığı disiplinlerde, öğrenci girişimcilik ilgisi daha az tamamlayıcı etkiye sahiptir. Böylece, Pilegaard vd. (2010), girişimcilik fırsatlarının sömürülmesinde farklı ortamları etkin bir şekilde ele alma kapasitesini, beşeri bilimlerde ve sosyal bilimlerde girişimci başarının kritik bir faktörü olarak tanımlamıştır. Benzer şekilde, Almeida vd. (2014), sosyal bilimlerde girişimci bireylerin girişimci davranma ihtimalinin en düşük seviyede olduğunu bulmuşlardır. Devlet ve vakıf üniversitelerinde öğrenim görmekte olan 848 üniversite öğrencisi ile anket çalışması yürütülmüştür. Ekonomik ortamın ve sosyal çevrenin üniversiteli gençleri kariyer açısından girişimciliğe teşvik etmede etkisi bulunmaktayken, finansal kaynaklara erişim konusunda sosyal çevrenin etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Bu durum üniversiteli gençlere güven konusunda sosyal çevrenin finansal kaynak yaratmada tereddütte olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda finansal kaynaklara erişim değişkeni, ara değişken etkisinde üniversiteli gençlerin kariyer seçimi konusunda negatif yönde bir değişim söz konusu olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda üniversiteli gençlerin girişimcilik konusunda finansal kaynaklara erişimde zorlandıklarını da göstermektedir. Girişimcilik kariyer seçimini temsil eden sorularda; Kolvereid (1996), McGee vd. (2009), Soutaris vd. (2007) çalışmalarından faydalanılmıştır. Makro ekonomik ortamı, Finansal kaynaklara erişimi ve Sosyal çevreyi temsil eden sorularda; Gavurová vd. (2018) yapmış oldukları çalışmadan faydalanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin analiz edilmesinde, IBM SPSS 25 İstatistik Paket Programı kullanılarak elde edilen veriler değerlendirilmiş ve Demografik bilgilerde “descriptive (tanımlayıcı)” analiz kullanılmıştır. Likert ölçeğinin kullanıldığı sorularda faktör analizi (doğrulamalı ve açıklayıcı) ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde korelasyon analizi; hipotezlerin test edilmesinde regresyon analizi ve ara değişken etkisinin ölçülmesinde sobel testi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Entrepreneurial career choice, Makro ekonomik ortam, Finansal kaynaklara erişim, Sosyal Çevre

Investigation of the Effects of Social Environment and Economic Environment on Entrepreneurship for University Students

ABSTRACT

With the transition from industrial society to information society, the interest in entrepreneurship has increased. In this age, the effect of labor that requires manpower on production has decreased and the effect of knowledge on production has started to be seen more. Entrepreneurship supports the economic development by spreading knowledge faster and increasing productivity. In addition, entrepreneurs have pioneered the development of science and technology by using both science and technology and transferring resources to these fields. Entrepreneurial individuals undertake not only their own enterprises but also national and regional development. Since we are a constantly changing and developing society, our individual demands and needs also vary. In a study published by Wiklund and Shepherd (2005), it is stated that access to financial resources acts as a positive variable in the relationship between access to financial resources and entrepreneurship. Ease of access to financial resources, they would be willing to be applied in the case of an active entrepreneurs are not only easy and reliable entrepreneurial ideas or thoughts but also the entrepreneurial process. (Covin and Slevin 1991; Lumpkin and Dess 1996). Although capital is important from a financial point of view, access to these resources is also important. (Stevenson and Jarillo 1990). Therefore, it can be stated that the main source of an effective initiative has access to financial resources. Not only the needs of the society play a role in the development of entrepreneurship, but the opportunities provided by the environment are also important. Although the impact of economic factors on entrepreneurship is indisputable, only economic factors are not sufficient to explain entrepreneurship. For this reason, the cultural factors of the society should be taken into account in order to explain entrepreneurship. In order to create an environment suitable for entrepreneurship, cultural characteristics should be suitable for this environment. According to the researches, there is a significant relationship between cultural values and interventional activities. Therefore, the tendency of the individual to entrepreneurship is shaped by the education of his family and the culture of the society. In disciplines where self-employment is not a common career choice, student entrepreneurship interest has a less complementary effect. Thus, Pilegaard et al. (2010) defined the capacity to effectively address different environments in the exploitation of entrepreneurial opportunities as a critical factor in entrepreneurial success in humanities and social sciences. Similarly, Almeida et al. (2014) found that individuals who are interested in the social sciences discipline have the lowest likelihood of being entrepreneurial. A survey was conducted with 848 university students studying in state and foundation universities. While the economic environment and social environment had an impact on encouraging university students to entrepreneurship in terms of career, it was concluded that the social environment had no effect on access to financial resources. This situation shows that the social environment is hesitant to create financial resources for trust in university students. At the same time, it is seen that there is a negative change in the career choice of university students in terms of the variable of access to financial resources and the interim variable effect. In this case, it is shown that university students have difficulty in accessing financial resources on entrepreneurship. Questions representing the career choice of entrepreneurship; Kolvereid (1996), McGee et al. (2009), Soutaris et al. (2007). Questions on the macroeconomic environment, access to financial resources and the social environment; Gavurová et al. (2018) used the work they have done. In the analysis of the relationships between variables, the data obtained by using the IBM SPSS 25 Statistical Package Program were evaluated and descriptive analysis was used in demographic information. Factor analysis (confirmatory and descriptive) and reliability analysis were performed on questions using Likert scale. Correlation analysis of the relationships between variables; Regression analysis was used to test hypotheses and sobel test was used to measure the effect of intermediate variable.

Keywords: Entrepreneurial career choice, Macroeconomic environment, Access to financial resources, Social Environment

Psikolojik Güçlendirmeye Birlikte Örgütsel Bağlılık ve Stress' in İş Yoğunluğu Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi – 350

Irem KUCUKOGLU

Istanbul Medipol University, İYBF
ireemkckglu@gmail.com

Dr. Zafer ADIGUZEL

Istanbul Medipol University, İYBF
zadiguzel@medipol.edu.tr

ÖZET

Çalışanların yaşadıkları iş yoğunlukları, haklarını alamadıkları düşüncesi, ekonomik zorluklar ve gün geçtikçe artan yoğun rekabet ortamından kaynaklı olarak kurumların sektörden ayrılmak zorunda kalması veya küçülmek istemeleri, hem çalışanların işlerinden olmasına hem de işten ayrılma niyetlerinin artabilmesine sebep olabilmektedir. Çalışanların işlerinden ayrılma niyetleri ve bu tür davranışları etkileyen faktörlerle ilgili araştırmalar artmasına rağmen, son yıllarda örgütlerin yaşadıkları sorunlarda giderek artmaktadır. Çalışanların bulundukları örgütler içinde yaşanan stres ve psikolojik olarak güçlendirilme isteğiyle ilgili çalışmalar dün geçtikçe daha da önemli hale gelmiştir. Genel olarak, daha fazla iş tatmini ve kurumda kalma eğilimi arasındaki çeşitli örnekler arasında ılımlı ve tutarlı bir ilişki bulunmuştur (Brayfield ve Crockett 1955; Herzberg vd 1957; Porter ve Steers 1973). Çalışanların özellikle yaşamakta oldukları stres, çalışanların örgütlerine karşı bağlılıklarını da etkileyebilmektedir. İş devir hızının yoğun olduğu örgütlerde yönetsel sorunların olmasıyla birlikte, bu durum örgüt performansına da olumsuz yönde yansıyabilmektedir. Üstelik örgütlerin yaşadığı bu durum karşısında yeni çalışan bulma güçlüğü içine de düşmektedirler. Örgütsel bağlılığın önemli olmasının nedeni iş devir hızının son derece düşük seviyede olması, yönetime bağlı olmadan çalışanlar özel sebeplerden dolayı ayrılma düşüncesinde olmaları haricinde örgütsel bağlılığın kuvvetli olduğu imajı verilmektedir. Psikolojik güçlendirmeye birlikte çalışanların örgüte karşı olan bağlılıkları daha da kuvvetli olabilmektedir. Aynı zamanda çalışanların strese bağlı olmadan örgüt içindeki yoğunluklarının artması örgüte olan bağlılıklarını da arttırabilmektedir. Çünkü sadece işleriyle ilgilenmeleri, örgüt içindeki başka işlerle uğraşmamaları, kendilerini sadece işlerine vermeleri, örgüte bağlılığı arttırabilmektedir. Hizmet sektöründe yoğun bir tempoda çalışmakta olan çeşitli firmalardaki 327 beyaz yakalı çalışanlar üzerinde anket çalışması yürütülmüştür. Hizmet sektöründeki yoğunluğun vermiş olduğu çalışma temposuyla birlikte örgütler içinde yaşanan yönetsel faaliyetlerin etkisinin incelenmesine önem verilmiştir. Araştırmanın analizleri sonucunda yoğun tempoda çalışmanın verdiği etkiyle birlikte yaşanan stres sonucunda, çalışanların örgüte karşı bağlılıkları negatif anlamda etki göstermekte ve örgüte olan bağlılıkları zayıflamaktadır. İş yoğunluğunda yaşanan stressin etkisiyle çalışanlar psikolojik açıdan da zayıf düşmekte ve bu durumda çalışma performanslarını da düşürebilmektedir. Ancak çalışanların psikolojik olarak güçlendirilmesi durumunda örgüte olan bağlılıkları yükselmektedir. Aynı zamanda psikolojik güçlendirmenin ara değişken etkisinde çalışanların örgüte bağlılıkları iş'e bağlı stresin etkisinde olursa bile güçlü kalmaktadır. Örgütsel Bağlılık Ölçeği, 1990 yılında Meyer ve Allen tarafından geliştirilen ve birçok çalışmada yaygınlıkla kullanılan sorular, aynı zamanda 2016 yılında Oran tarafından yapılan çalışmadaki sorular kullanılmıştır. İş'e Bağlı Stres Ölçeği, 1983 yılında Sheldon ve arkadaşları tarafından geliştirilen sorularla birlikte, 1991 yılında Revicki ve arkadaşları ile 1998 yılında Baltaş ve arkadaşları tarafından kullanılan sorular, aynı zamanda 2006 yılında Yerlikaya ve arkadaşları tarafından kullanılan sorulardan yararlanılmıştır. Psikolojik Güçlendirme Ölçeği Spreitzer (1995) tarafından geliştirilen, aynı zamanda 2013 yılında Sürgevil ve arkadaşları tarafından geliştirilen sorular kullanılmıştır. İş Yoğunluğu Ölçeği, 1996 yılında Brown ve arkadaşları tarafından geliştirilen ve aynı zamanda 2017 yılında Mackey ve arkadaşları tarafından geliştirilen sorular kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin analiz edilmesinde, IBM SPSS 25 İstatistik Paket Programı kullanılarak elde edilen veriler değerlendirilmiş ve Demografik bilgilerde "descriptive (tanımlayıcı)" analiz kullanılmıştır. Likert ölçeğinin kullanıldığı sorularda faktör analizi (doğrulamalı ve açıklayıcı) ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde korelasyon analizi; hipotezlerin test edilmesinde regresyon analizi ve ara değişken etkisinin ölçülmesinde sobel testi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Bağlılık, İş'e Bağlı Stres, Psikolojik Güçlendirme, İş Yoğunluğu.

Investigation of The Effects of Organizational Commitment and Stress on Work Intensity with Psychological Empowerment

ABSTRACT

The fact that the employees are not able to get the rights they live, the difficulties they may have, the economic difficulties and the increasing demand of the environment due to the increasingly intense competition from the sector to leave the sector or want to be reduced, can be the work of the employees as well as the intention to leave the job can be increased. Although researches on the intentions of the employees to leave their jobs and the factors affecting such behaviors have increased, the problems experienced by the organizations in recent years are increasing. The efforts to strengthen the stress and psychological strength of the organizations within the organizations they are in have become more and more important. In general, a moderate and coherent relationship was found between the various examples of more job satisfaction and tendency to remain in the institution. (Brayfield and Crockett 1955; Herzberg et al 1957; Porter and Steers 1973). The stress of the employees, especially the employees, can affect their loyalty to their employees. With administrative problems in organizations with high turnover, this situation can be negatively reflected in organizational performance. Moreover, in the case of organizations, new employees have difficulty in finding new employees. The reason why organizational commitment is important is that business turnover is extremely low and organizational commitment is strong except when the employees are thinking of leaving due to special reasons. Together with psychological empowerment, employees' commitment to the organization can be even stronger. At the same time, increasing the concentration of employees in the organization without stress, may increase their commitment to the organization. Because only dealing with their work, not dealing with other jobs in the organization, only to give their jobs, can increase the loyalty to the organization. A survey study was carried out on 327 white-collar employees at various companies working in the service sector. With the work tempo given by the intensity of the service sector, it has been given importance to study the effect of administrative activities in organizations. As a result of the stress caused by working at intense pace as a result of the analysis of the research, employees' commitment to the organization has a negative effect and their commitment to the organization is weakened. With the effect of the stress experienced in the work intensity, the workers are weakened psychologically and in this case they can decrease their performance. However, if the employees are psychologically empowered, their commitment to the organization increases. At the same time, the interdependence of psychological empowerment remains strong even if the commitment of employees to the organization is influenced by work-related stress. The Organizational Commitment Scale was developed by Meyer and Allen in 1990 and was widely used in many studies, and in 2016, questions from Oran were used. The Job-Related Stress Scale was used in 1983 by Revicki and his colleagues in 1998, together with the questions developed by Sheldon et al. In 1983, used by Baltaş et al., And in 2006 the questions used by Yerlikaya and his colleagues. The Psychological Empowerment Scale was developed by Spreitzer (1995) and the questions developed by Sürgevil et al. The Job Intensity Scale was developed by Brown et al. In 1996 and was also used in 2017 with questions developed by Mackey et al. In the analysis of the relationships between variables, the data obtained by using the IBM SPSS 25 Statistical Package Program were evaluated and descriptive analysis was used in demographic information. Factor analysis (confirmatory and descriptive) and reliability analysis were performed on questions using Likert scale. Correlation analysis of the relationships between variables; Regression analysis was used to test hypotheses and sobel test was used to measure the effect of intermediate variable.

Keywords: Organizational Commitment, Work-related Stress, Psychological Empowerment, Work Intensity.

Örgütsel Etkililiğin ve Katılımcı Liderliğin Yabancılaşma ve İş Doyumu'na Etkilerinin İncelenmesi – 351

Irem KUCUKOGLU

Istanbul Medipol University, İYBF
ireemkckglu@gmail.com

Dr. Zafer ADIGUZEL

Istanbul Medipol University, İYBF
zadiguzel@medipol.edu.tr

ÖZET

Araştırmacılar, örgütsel etkinliği etkileyen faktörleri araştırarak, Örgütsel etkinliğin kavram olmadığını, örgütsel bir yapı olduğunu açıklamaktadırlar (Collins ve Porras 1994). Örgütsel Etkinliğin yapısı, çalışanların farklı seviyelerde kullandıkları kavram olarak açıklanmaktadır. Örgütün temeli değildir, örgütün bir parçası olarak kabul edilmektedir. Örgütler ve çalışanlar çeşitli nedenlerden dolayı bu kavramı uygulayarak (Herman ve Heimovics 1990). Örgütsel etkinlik, genellikle istenilen bir sonucu elde etmek için kullanılır. Etkinliğin, istenen sonuçlar için daha açık ve net yapılması gerektiği belirtilir (Au 1996). Katılımcı liderler, örgütün sorumluluğunu üstlenir. Örgütün amaçlarını gerçekleştirme de çalışanlar ile beraber rol alırlar. Örgütsel etkinliği gerçekleştirmek isteyen liderler, çalışanlar ile vizyonu paylaşırlar ve çalışanların desteğini sağlayarak örgütün kültürünü ve çalışanların örgütte uyumunda önemli bir rol alırlar (Robert, 1989). Katılımcı liderler, örgüt içinde çalışanların görüşlerini ifade etmeleri için uygun ortam sağlamaktadırlar. Örgütsel etkinliğin sağlanmasında katılımcı liderler, çalışanları örgütsel faaliyetler konusunda bilgilendirici rol oynamaktadırlar. Bu sayede, Örgütün ayakta kalması için katılımcı liderler hızla değişen çevre koşullarına örgütün uyum sağlamasına öncülük etmektedirler. İş'e yabancılaşma çalışanlar ve örgütler için çeşitli sorunlar ve belirsizlikler getirmektedir (Vallas 1987). İş'e yabancılaşmaya sebep olan faktörler (Seeman 1971) beş tanedir; kontrol eksikliği, anlamsızlık, kuralsızlık, izolasyon ve kendiliğinden yabancılaşma olarak sıralanır. Çalışanların örgüt içindeki potansiyeli, işin belirli yapısını ve prosedürlerin olduğunu göstermektedir. Örgütlerin sahip oldukları Katı kurallar, çalışanların performansını ve işin çeşitliliğini engelleyen unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır (Seeman 1989). Kısıtlayıcı kurallar olduğunda, çalışanlarda güçsüzlük, anlamsızlık ve kendini tanıma gibi durumlar ortaya çıkması söz konusudur (Ashforth 1989). İş yoğunluğu ve iş performansı birbiriyle etkileşim içinde bulunurlar. Yapılan araştırmalara göre çalışanların tutumlarına göre performanslar şekillenmektedir (Hawthorne 1930). İş doyum ve performans arasındaki ilişkinin yönetimin bir parçası olarak kabul edilmiştir (Iaffaldano ve Muchinsky 1985). Organ, İş doyumunun değerlendirilmesinde, çalışanların yansıtmadığı önemli davranışlarında tanımlamada belirtilmesi gerektiği savunmuştur. Diğer araştırmacılar Organ'ın iş doyum hakkındaki düşüncelerini desteklemekte ve örgütsel vatandaşlık davranışlarıyla ilişkilendirmektedirler (Organ ve Ryan 1995). İş doyum, performansın ileri görme yeteneğidir olarak kabul edilmektedir. Üretim sektöründe yoğun bir tempoda çalışmakta olan çeşitli firmalardaki 317 beyaz yakalı (mühendis) çalışanlar üzerinde anket çalışması yürütülmüştür. Üretim sektöründeki yoğunluğun vermiş olduğu çalışma temposuyla birlikte örgütler içinde yaşanan yönetsel faaliyetlerin etkisinin incelenmesine önem verilmiştir. Araştırmanın analizleri sonucunda örgütsel etkinliğin ve katılımcı liderliğin çalışanlar üzerindeki iş'e yabancılaşma etkisinin kalktığı, çalışanların daha verimli çalıştıkları, aynı zamanda iş doyum açısından olumlu yönde etkilendikleri sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda katılımcı liderlik ara değişken etkisinde çalışanların iş'e yabancılaşmaları ortadan kalkmakta ve iş doyum gerçekleşmektedir. Örgütsel etkinlik ölçeği; Malcolm Baldrige tarafından hazırlanan çalışmayı temel alarak geliştiren Curkovic vd. (2000) ve 2014 yılında örgütsel etkinlik ile ilgili Tuna tarafından yapılan çalışmadaki sorulardan faydalanılmıştır. Katılımcı liderlik ölçeği; Greiner (1973), Somech (2005), Tjosvold ve Chen (2006) tarafından yapılan çalışmalarda sorular kullanılmıştır. İş'e yabancılaşma ölçeği; Elma (2003) tarafından geliştirilen "İşe Yabancılaşma" ölçeği kullanılmıştır. İş doyum ölçeği; (Köroğlu 2011; Weiss vd 1967; Yıldırım 2007; Baycan 1985) tarafından kullanılan sorular kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin analiz edilmesinde, IBM SPSS 25 İstatistik Paket Programı kullanılarak elde edilen veriler değerlendirilmiş ve Demografik bilgilerde "descriptive (tanımlayıcı)" analiz kullanılmıştır. Likert ölçeğinin kullanıldığı sorularda faktör analizi (doğrulamalı ve açıklayıcı) ve güvenirlik analizi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde korelasyon analizi; hipotezlerin test edilmesinde regresyon analizi ve ara değişken etkisinin ölçülmesinde sobel testi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İş'e Yabancılaşma, İş Doyumu, Katılımcı Liderlik, Örgütsel Etkinlik

Investigation of Organizational Effectiveness and Participatory Leadership's Impact on Alienation and Work Satisfaction

ABSTRACT

By investigating the factors affecting organizational effectiveness, the researchers explain that organizational activity is not a concept but an organizational structure (Collins and Porras 1994). The structure of Organizational Activity is explained as the concept that employees use at different levels. It is not the foundation of the organization, it is considered as part of the organization. Organizations and employees apply this concept for various reasons (Herman and Heimovics 1990). Organizational efficiency is often used to achieve a desired result. It is stated that the activity should be made more clear and clear for the desired results (Au 1996). Participant leaders take responsibility for the organization. They also play a role in realizing the objectives of the organization. Leaders who want to achieve organizational effectiveness share the vision with the employees and play an important role in the organization's culture and the harmony of the employees with the organization by providing the support of the employees (Robert, 1989). Participating leaders provide an appropriate environment for employees to express their views. Participating leaders play an informative role in organizing organizational activities. In this way, participant leaders lead the organization to adapt to rapidly changing environmental conditions. The alienation of the work brings various problems and uncertainties for workers and organizations (Vallas 1987). The factors that cause alienation to the work (Seeman 1971) are five; lack of control, nonsensitivity, irregularity, isolation and spontaneous alienation. The potential of the employees within the organization indicates the specific nature of the work and procedures. The strict rules of organizations emerge as factors that hinder the performance of the employees and the diversity of the work (Seeman 1989). When there are restrictive rules, there are situations such as weakness, meaninglessness and not recognizing oneself (Ashforth 1989). Work intensity and work performance interact. According to the studies, the performances are shaped according to the attitudes of the employees (Hawthorne 1930). The relationship between job satisfaction and performance has been accepted as a part of management (Iaffaldano and Muchinsky 1985). In the evaluation of job satisfaction, the organ argued that it should be stated in the definition of the important behaviors that the employees do not reflect. Other researchers support the organ's views on job satisfaction and associate it with organizational citizenship behaviors (Organ and Ryan 1995). Job satisfaction is considered to be the ability of advanced vision. A survey study was carried out on 317 white-collar (engineer) employees in various firms working at an intensive pace in the production sector. In addition to the work tempo given by the intensity of the production sector, the importance of the administrative activities experienced within the organizations has been emphasized. As a result of the analysis of the research, it was concluded that the organizational effectiveness and the participatory leadership were alienated from the work on the employees, the employees were working more efficiently and they were also affected positively in terms of job satisfaction. At the same time, the alienation of the employees to the work is eliminated in the variable effect of participatory leadership and job satisfaction is realized. Organizational activity scale; Curkovic et al., Who developed the study by Malcolm Baldrige. (2000) and in 2014, Tuna used the questions of organizational activity. Participatory leadership scale; The questions in the studies by Greiner (1973), Somech (2005), Tjosvold and Chen (2006) were used. Alienation scale; E Work Alienation e developed by Elma (2003) was used. Job Satisfaction Scale; (Köroğlu 2011; Weiss et al 1967; Yıldırım 2007; Baycan 1985). In the analysis of the relationships between variables, the data obtained by using the IBM SPSS 25 Statistical Package Program were evaluated and descriptive analysis was used in demographic information. Factor analysis (confirmatory and descriptive) and reliability analysis were performed on questions using Likert scale. Correlation analysis of the relationships between variables; Regression analysis was used to test hypotheses and sobel test was used to measure the effect of intermediate variable.

Keywords: Job Alienation, Job Satisfaction, Participatory Leadership, Organizational Effectiveness

Bankacılık Ve Sigortacılık Ön Lisans Programında Öğrenim Gören Öğrencilerin Zorunlu Staj Eğitimleri İle Mesleki Bağlılıkları Arasında İlişki: Bir Odak Grup Çalışması – 352

Inst. Gökhan BİLİCİ
Selçuk University, Taşkent, HS
gokhanbilici@selcuk.edu.tr

Nuray BİLİCİ
Selçuk University, FEAS
nuraybilici0@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı zorunlu staj eğitimini tamamlayan öğrencilerin staj sürecinde elde ettikleri tecrübelerinin bankacılık ve sigortacılık alanında teorik bilgi ve becerilerini uygulamaya yansıtıp yansıtamadıklarını incelemek, mesleki bağlılık, mesleki beklenti ve gelecek üzerindeki etkilerini değerlendirmektir. Selçuk Üniversitesine bağlı iki farklı meslek yüksekokulu “Bankacılık ve Sigortacılık” programı öğrencilerinden iki ayrı grup oluşturularak nitel araştırma yöntemlerinden odak grup görüşmesi ile çalışma analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Staj, Mesleki Bağlılık, Odak Grup Görüşmesi

ABSTRACT

The aim of this study is to examine whether the experience gained by the students in the internship process can reflect their theoretical knowledge and skills in the field of banking and insurance, evaluate their professional commitment, professional expectations and their impact on the future. Two different vocational schools affiliated to Selçuk University were formed by two separate groups of students from the “Banking and Insurance” program and the study was evaluated by focusing group interviews on qualitative research methods.

Keywords: Internship, Occupational Commitment, Focus Group Interview

Boreout Sendromunun Sosyal Kaytarma Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Alan Araştırması – 353

Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ

Hitit University, Sungurlu HS
gamzebruciftci@hotmail.com

Asst. Prof. Dr. Alper GÜRER

Kırıkkale University, Keskin HS
alpergurer@gmail.com

ÖZET

Örgütlerin amaçlarına ulaşabilmesinde ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamasında en temel unsurun çalışanların işle ilgili görevlerini yerine getirmeleri olduğu söylenebilir. Bununla beraber çalışanlar zaman zaman yaptıkları işi anlamlı bulmayabilirler, kendilerine verilen görevleri gerçekleştirmelerinin örgüte katkısının önemsiz olduğunu düşünebilirler veya işleri onlara kendilerini geliştirme fırsatı vermeyebilir. Örgütlerde çalışanların can sıkıntısı yaşaması şeklinde ortaya çıkan ve literatürde boreout sendromu olarak ifade edilen bu durum örgütlerin hedeflerine ulaşabilmesinin önündeki en önemli engellerden biridir. Örgütlerin amaçlarına ulaşmasını engelleyen durumlardan bir diğeri ise sosyal kaytarma olarak görülmektedir. Sosyal kaytarma da boreout gibi çalışanların işle ilgili görevlerini yerine getirmesini olumsuz etkileyen ve örgütler için istenmeyen davranışlardan biridir. Özellikle takım çalışmasının ön plana çıktığı günümüz örgüt yapılarında çalışanların grupla ortaklaşa yapılan işlerde bireysel performanslarının altında bir çaba göstermeleri sosyal kaytarma olarak adlandırılırken bu durum çalışanlardan istenen verimliliğin alınmaması sonucunu doğurarak örgütsel performansı olumsuz etkilemektedir. Bu çalışma çalışanların yaşadıkları boreout sendromunun sosyal kaytarma davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmayla ayrıca çalışanların demografik özelliklerinin boreout üzerinde etkisi olup olmadığı sorusuna cevap aranmaya çalışılmıştır. Bu amaçla Çorum ilinde gıda sektöründe faaliyet gösteren bir fabrikada görev yapmakta olan 120 çalışana anket uygulanarak elde edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, boreout'un sosyal kaytarma üzerinde pozitif yönlü bir etkisi olduğu ve çalışanların eğitim düzeylerinin boreout düzeylerinde anlamlı bir farklılığa neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Boreout Sendromu, Sosyal Kaytarma, Çalışanlar.

A Field Study on the Effect of Boreout Syndrome on Social Loafing

ABSTRACT

It can be said that the most basic element in achieving the objectives of the organization and ensuring a sustainable competitive advantage is that the employees perform their job duties. In addition to this, employees may not find the work they do from time to time meaningful, they may think that their contribution to the organization is insignificant, or their work may not give them the opportunity to develop themselves. This situation, which is expressed in the literature as boreout syndrome, is one of the most important obstacles in front of organizations to reach their targets. Another factor that prevents organizations from reaching their goals is social loafing. Social loafing is also one of the undesirable behaviors for organizations that negatively affect the fulfillment of their job-related duties like boreout. Especially in today's organizational structures where teamwork is prominent, while the efforts of the employees are under the individual performances of the works carried out jointly with the group are called as social loafing, and this situation affects the organizational performance negatively by causing the employees not to get the desired efficiency. This study aims to reveal the effects of boreout syndrome on social loafing behavior of employees. The study also tried to find out whether the demographic characteristics of the employees have an impact on the boreout. For this purpose, the data obtained from 120 employees working in a factory operating in the food sector in Çorum province were analyzed. According to the findings of the study, it was concluded that the boreout has a positive effect on social loafing and that the education level of the employees caused a significant difference in boreout levels.

Keywords: Boreout Syndrome, Social Loafing, Employees.

The effect of motivational factors on entrepreneurship: Does uncertainty avoidance cultural value at the country level make a difference? – 354

Prof. Dr. Cem TANOVA
Eastern Mediterranean University

İzzet ATALAY
Eastern Mediterranean University, Business Department
izzet.atalay@gmail.com

ABSTRACT

Entrepreneurship is a key driver of economic growth. Although there is general agreement on its importance, there are a variety of opinions on what triggers and enhances entrepreneurial activity. This study analyzes three groups of motivational factors affecting entrepreneurship and perceptions of opportunity for entrepreneurs: social, cultural, and economic factors. Hence, this study employs factor analysis for the data from the “Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) Project (GEM 2015-APS Global Individual Data). The objective of the study is to analyze the factors motivating entrepreneurs to start their own businesses in countries with high and low uncertainty avoidance. Entrepreneurship data from a total of 54 countries are analyzed and the uncertainty avoidance value for each country is taken from Hofstede (2011) and matched with the entrepreneurship data.

Keywords: Entrepreneurship, motivation, cultural values, economic growth, uncertainty avoidance.

Fashion Marketing, Trust and Customer Loyalty to the Company's Brand: A Case of Study North Cyprus – 355

(The research is in progress)

Hanna-Anastasua MELNYCHUK

Communication and Media Studies Doctor of Philosophy Candidate

ABSTRACT

The research considers loyalty to the brand as a very important aspect of developing and supporting business in the field of fashion marketing. Marketing is considered as one of the main mechanisms stimulating the development of goods in the fashion market. It is important to define the marketing of features in this area and the choice of brands. The aim of the study was to analyze the patterns and the choice of brands. This research uses the social exchange theory of research. Data were collected by using survey in North Cyprus. The field of study was conducted with 200 people who took part in the consumer survey. These results emphasize the important role and the main criteria that influence the choice of certain brands. This research suggests an interdisciplinary perspective for researchers and practitioners.

Keywords: brand, fashion marketing, brand loyalty, consumer, consumer's behavior, North Cyprus.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa
**Kamu Sağlık Sektöründe Örgütsel Vatandaşlık Üzerine Çıkarımlar:
Görgül Bir Çalışma – 356**

Asst. Prof. Dr. Murat AK

Karamanoğlu Mehmetbey University
efe_2288@hotmail.com

ÖZET

Günümüz dünyasında, etkinlik ve verimlilik örgütler için önemini hiç kaybetmeyen kavramlardır. Rekabetin giderek şiddetini ve hızını artırdığı iş dünyasında, örgütler varlıklarını daha zorlu ve çetin şartlarda sürdürmek zorunda kalmaktadırlar. Bu kapsamda örgütler için etkinlik ve verimliliğin önemi daha da fazla artmaktadır. Etkinlik ve verimliliğin artırılmasında önemli rol oynayan anahtar değişkenlerden biri de şüphesiz örgütsel vatandaşlık kavramı olmaktadır. Çalışanların mensubu bulundukları örgüte karşı güçlü bir aidiyet hissi duymalarını ifade eden örgütsel vatandaşlık kavramı örgütler için büyük önem taşımaktadır. Çünkü çalışan verimliliğinin ve etkinliğinin artırılmasında örgütsel vatandaşlığın, stratejik bir önemi bulunmaktadır. Örgütlerine örgütsel vatandaşlık tutumuyla bağlılık duyan çalışanlar, kendilerini örgütün bir çalışanı olmaktan ziyade adeta birer neferi olarak görmektedirler. Örgütsel vatandaşlık kavramı daha çok özel sektör örgütleri için elzem görülmüş kamu sektörü ise bu kapsamda göz ardı edilmiştir. Halbuki verimliliği ve etkinliği sürekli tartışma konusu olan kamu sektörü için de örgütsel vatandaşlık kavramı büyük önem taşımaktadır. Örgütsel vatandaşlık algısı ve tutumuna sahip işgörenlerin bulunduğu kamu örgütlerinin, etkinliğe ve verimliliklerini artırması tahmin edilen ve beklenen bir sonuç olacaktır. Bu çalışmada kamu sağlık sektöründe örgütsel vatandaşlık konusu son dönemde gerçekleştirilen yapısal değişimler ekseninde nitel olarak değerlendirilmekte bir takım çıkarımlara görgül olarak yer verilmektedir. Çalışmanın özellikle örgütsel vatandaşlık konusunun kamu sağlık sektöründe görgül olarak değerlendirilmesi, bu konuda çalışacak akademisyenlere yardımcı olması, yasa yapıcılara ve planlamacılara ışık tutması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Vatandaşlık, Kamu Sağlık Sektörü, Örgütsel Davranış.

Sağlık Kurumlarında İletişim: Hasta-Sağlık Personeli İletişimi Üzerine Bir İnceleme – 357

Asst. Prof. Dr. Serdal IŞIKTAŞ
Cyprus Health and Social Sciences University
Serdal.isiktaş@kstu.edu.tr

Dilan ÇİÇEKLİ
Lefke European University
dilan.cicekli@kstu.edu.tr

ÖZET

İletişimi bir davranış olduğu kadar aynı zamanda da bir süreçtir. İletilmek istenen fikir, duygu, düşünce gibi mesajları gönderen ve giden mesajları alan arasında hem zihinsel hem de fiziksel faaliyetler oluşmaktadır (Figueras and J.-McKee, 2004). Sağlık iletişimi, sağlık problemleriyle bağlantılı mücadeleleri amaçlayan çalışmalar neticesinde, sağlığın geliştirilmesi ve ülke geneline yayılması bağlamında sosyal pazarlama, medyada savunuculuk, halkla ilişkiler ve tanıtım yöntemlerini kullanarak önemli kazanımlar elde etmektedir (Akgöz ve Sezgin, 2009). Sağlık iletişimi veya bir diğer ismiyle sağlıkta iletişim, sağlık hizmeti sunan kurum ve kuruluşlara kamusal eğitim kampanyaları esnasında etkili ve verimli bilgi akışı sağlamada rol oynayan en temel sistemlerden birisidir (Sezgin, 2004). Araştırmanın amacı; sağlık kurumlarında hasta ile sağlık personeli iletişimi nasıl kurulduğu incelenerek, sağlık personeli iletişimi kurumun imajını, kurum lehine olumlu ya da olumsuz çıkacak sonuçları incelemektir. Bu çalışmada tarihçi metod ve buna bağlı olarak kaynak taraması tekniğinden yararlanılmıştır. Ancak, çalışmanın sağlık kurumlarında hasta ile sağlık personeli iletişimi incelendiği bölümlerde, mesleki bilgi, deneyim ve gözlemlere de yer verilerek istifade edilmiştir. Bu araştırma yöntemi literatür taraması ve uygulamalı bir çalışmayı kapsamaktadır. Araştırmanın uygulama kısmında; Nalbantoğlu hastanesinde çalışanların, kurumsal iletişimi nasıl değerlendirdiği ve kurumsal iletişimin sağlanması için neler yaptığı ölçülecektir. Bu araştırmanın uygulamasında KKTC Nalbantoğlu Hastanesi'nde söz konusu hastanede 200 hasta ve 162 sağlık personeli üzerinde tarihleri arasında veri toplama formunu içeren anket uygulaması yapılmıştır.

Anahtar Kelime: Sağlıkta İletişim, Sağlık, İletişim.

Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Kaynak Tüketim Muhasebesi Yöntemleri Arasındaki Farklar ve Bir Teorik Uygulama – 358

Inst. Ömer Burak PAKSOY

Alanya Alaaddin Keykubat University, Gazipaşa HS
omer.paksoy@alanya.edu.tr

Inst. Dr. Necdet SEZAL

Alanya Alaaddin Keykubat University, Akseki HS
necdet.sezal@alanya.edu.tr

ÖZET

1980’lerden süregelen geleneksel maliyet yöntemlerinin eksikliğinden ve yetersizliğinden dolayı yeni maliyetleme sistemleri arayışları sonucunda Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (FTM) yöntemi geliştirilmiştir. Ancak, FTM yönteminin uygulanması karışık ve zor olduğundan dolayı beklenen ilgiyi görememiş ve yeni nesil farklı çağdaş maliyetleme yöntemleri geliştirilmiştir. Bu yeni çağdaş maliyet sistemlerinden birisi de Kaynak Tüketim Muhasebesi (KTM) sistemidir. Bu yöntem, FTM ile Alman Maliyet Muhasebesi (GPK) sistemlerinin bütünleştirilmesinden oluşmuştur. FTM yönteminde faaliyetler kilit rol oynarken KTM yönteminde ise maliyetlerin kaynaklardan oluştuğu varsayılmaktadır. Bu çalışmada, bir teorik uygulama üzerinden iki yöntem arasındaki farklılıklar incelenmiş ve yöntemlerin avantajları ve dezavantajları belirlenmiştir. Çalışmanın sonucunda; KTM sistemi, FTM sistemi üzerine kurulu ve geliştirilmiş hali olduğundan dolayı mamul maliyetlerinin daha sağlıklı hesaplandığı ve atıl kapasitenin belirlenmesiyle elimine edilmesi gereken maliyetlerin hesaplandığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Atıl kapasite, Faaliyet Tabanlı Maliyetleme, Kaynak Tüketim Muhasebesi

The Differences Between Activity Based Costing and Resource Consumption Accounting Methods- A Theoretical Practice

ABSTRACT

Due to the lack of traditional costing methods from the 1980s, Activity Based Costing (ABC) method was developed as a result of the search for new costing systems. However, since the implementation of the ABC method is complex and difficult, the system has not pulled the expected interest and so that different modern costing methods have been developed. One of these new modern costing systems is the Resource Consumption Accounting (RCA) system. This method consists of integrating ABC with German Cost Accounting systems. In the ABC method, while the activities play a key role, the RCA method assumes that the costs are composed of resources. In this study, the differences between the two methods were examined through a theoretical practice and the advantages and disadvantages of the methods were determined. As a result of the study; since the RCA system is based on the ABC system and developed, it is seen that the costs of the products are calculated healthier and the costs that must be eliminated by determining the idle capacity are calculated.

Keywords: Idle capacity, Activity Based Costing, Resource Consumption Accounting.

İslami Yönetim ile Konvansiyonel Yönetimin Karşılaştırılması Üzerine Bir Çalışma – 359

Inst. Kemal KAMACI
Karamanoğlu Mehmetbey University
kemalkamaci@kmu.edu.tr

ÖZET

Yönetim anlayışının ilk insanın yaratılışıyla doğmasına rağmen “yönetim” kavramı ancak 19. yy’da bilimsel olarak ele alınmaya başlanmıştır. Yönetime İslami açıdan bakan literatür ise çok daha yenidir. Bununla birlikte “İslami Yönetim”, İslami finanstan sonra dünya genelinde yöneticiler ve çalışanlar tarafından rağbet gören bundan dolayı da üzerinde daha çok çalışma gerektiren bir yaklaşım olmuştur. Bu çalışma ile daha önce yapılan çalışmalar ışığında, İslami yönetim perspektifi sunulması ve İslami yönetim ile konvansiyonel yönetimin başlıca benzer ve farklı yönleriyle karşılaştırılması amaçlanmıştır. Literatür taramasında, İslami yönetim anlayışının konvansiyonel yönetim anlayışına kıyasla kendine özgü niteliklere sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Yapılan çalışmalara bakıldığında İslami yönetim anlayışı ile konvansiyonel yönetim anlayışının; dürüstlük, adalet, tutarlılık, hesap verebilirlik gibi temel ahlaki hedeflerinin aynı olduğu ancak İslami yönetimin farklılığının, faaliyetlerin İslami ilkelere uygun olmasını gerektiren inanç temelli bir yaklaşıma sahip olmasından kaynaklandığı görülmüştür. Küçük gibi görünen bu farklılık, aslında felsefi arka plandaki ciddi kabul farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Bunların başında İslam’ın epistemoloji anlayışı yatmaktadır. Bilginin kaynağı konusunda İslam, yönetimde salt akılcılığın (rasyonalizm) yegâne bilgi kaynağı olmasını reddetmekte ve vahyi de bir bilgi kaynağı olarak esas almaktadır. Bu sebeple, İslami yönetim, kâr maksimizasyonu hedefinin yanı sıra, esasen İslami kurallara ve hedeflere uygun hareket etmeyi de amaç olarak belirlemesi yönünden konvansiyonel yönetimden ayrılmaktadır. Çalışma sonucunda, İslami yönetim anlayışının uygulanmasıyla; adalet, doğruluk, sadakat, samimiyet, sabır, diğerkâmlık gibi ahlaki değerlerin de doğrudan elde edileceği görülmüştür. Bununla birlikte çalışmanın, yönetsel anlamda önemli değerlere sahip olan İslami Yönetim anlayışının kurumsallaşmasına, anlaşılmasına ve bundan sonra yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: İslami Yönetim, Konvansiyonel Yönetim, İş Ahlakı, Karşılaştırma.

A Study on Comparison of Islamic Management and Conventional Management

ABSTRACT

Despite the emergence of the understanding of management with the creation of the mankind, the concept of management began to be dealt with scientifically in the 19th century. The literature, which looks at management from an Islamic perspective, is much more recent. At the same time, Islamic Management has become a demanding approach in a very short time by managers and employees at worldwide after Islamic finance. With this study, it is aimed to present a perspective of Islamic management and to compare it with the main similar and different aspects of Islamic management and conventional management in the light of previous studies. In the literature review, it is emerged that the concept of Islamic management has unique qualities compared to the conventional management approach. It was seen that Islamic management and conventional management has the same basic moral goals such as honesty, justice, consistency, accountability. However, the difference of Islamic management has been seen as the fact that the activities have a belief-based approach that requires them to comply with Islamic principles. This difference, which seems small at first, is actually due to the serious acceptance differences in the philosophical background. One of them is the epistemology understanding of Islam. In terms of the source of knowledge, Islam rejects purely rationalism as the sole source of knowledge in governance and takes the revelation as a source of knowledge. For this reason, the Islamic management is differentiated from the conventional management in terms of the aim of profit maximization as well as determining the purpose of acting in accordance with the Islamic provisions and the goals they have taken. As a result of the study, it was seen that the moral values needed by society and organizations such as justice, righteousness, loyalty, sincerity, patience and altruism will achieve through the application of Islamic management approach. At the same time, it is thought that the study will contribute to the subsequent studies and the institutionalization and understanding of Islamic Management which has important values in the administrative sense.

Keywords: : Islamic Management, Conventional Management, Work Ethic, Comparison.

Dil Felsefesinin Tasavvuf İçerikli Şiirdeki Etkileri Üzerine

Değerlendirmeler – 360

Prof. Dr. H. Esra KARABACAK

Yakın Doğu University
esra.karabacak@neu.edu.tr

ÖZET

İnsan, kültürel ve toplumsal çevresiyle sürekli etkileşim ve iletişim içindedir. Bu etkileşim ve iletişim sonucunda yaşam boyu yeni davranışlar kazanılır, kazanılmış olan davranışlarda ise değişiklikler süregelir. Filozoflar düşüncelerini dil aracılığı ile ifade eder, diğer insanlarla paylaşır, onlara aktarır. Dili, herhangi bir zihin faaliyetinin açığa vurulmasını, bir zihinden diğer zihne aktarılmasına yarayan bir işaretler sistemi olarak tanımlayabiliriz. Dil, felsefenin yayılmasında ve paylaşılmasında önemli bir role sahiptir. Dil, önemli bir iletişim aracıdır, düşüncelerin iletir. Mevlana'nın ifadesiyle *Ne kadar bilirsen bil, söylediklerin karşındakilerin anlayabileceği kadardır*. Şairlerin, söze ve sözcüklere kazandırdıkları anlamlar edebiyat için son derece önemlidir. Sözcüklerin yeni anlamlar kazanması ve anlatımın somuttan soyuta doğru uzanması doğudaki şiir geleneğinde belirli gelişmelerin sonucudur. Şiirde ortaya çıkan üslup farklılaşması ve konu tercihleri üslup altında açıklanmaktadır. Şiirlerde, düşündürücü, anlam yükü farklı bir tarz benimsenmektedir. Mesela, Mevlana'da anlam üstünlüğü ve maddenin değersizliği görülür. Şiir dilinde edebi gelenekten yararlanılarak eski sözcüklerle, yeni ve farklı anlamlar oluşturulur. Yine, Mevlana'nın ve Yunus Emre'nin eserleri kendilerinden önceki şairlerden etkilendikleri şiirlerindeki Arapça ve Farsça kelimeleri kullanışlarından anlaşılmaktadır. Yunus Emre'nin ve Aşık Paşa'nın şiirleri genel üslup özelliklerinin yanında kendine ait özellikler de taşımaktadır. Şairlerin düşüncesinde felsefenin önemli bir yeri vardır. Özellikle de Mesnevide zaman zaman insanı çözümlemeye çalışan unsurlar vardır. Çalışmada, şairlerden beyitler ve onlara bağlı hikayelerle dil felsefesi odaklı değerlendirmeler yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mevlana, Yunus Emre, Dil Felsefesi, Âşık Paşa, Tasavvuf.

Assessments On the Impact of Language Philosophy On Mystic Poetry

ABSTRACT

Human beings are in constant interaction and communication with their cultural and social environment. As a result of this interaction and communication, lifelong new behaviors are gained and the changes in acquired behaviors continue. Philosophers express their thoughts through language, share with other people, and convey their opinions to people. Language can be defined as *a system of symbols which are used to disclose any mental activity and to transfer it from one mind to another*. Language has an essential role in the diffusion and sharing of philosophy. Language is a critical means of communication which conveys thoughts. In Rumi's words, *no matter how much you know, what you say is not more than what the others understand*. The meanings that poets bring to words and wording are extremely important for literature. The fact that words gain new meanings and narration from abstract to concrete is the result of certain developments in the eastern tradition of poetry. The stylistic differentiation and the preferences of the subject in poetry are explained under the concept "style". In poetry, a thought-provoking style with different meaning load is adopted. For example, in Rumi's works, superiority of meaning and the worthlessness of matter are observed. In poetry language, new and different meanings are formed using old words of the literary tradition. Likewise, it can be understood that Rumi's and Yunus Emre's works are affected by the previous works which is proved by the usage of Arabic and Persian words in their poems. The poems of Yunus Emre and Aşık Pasha bear general stylistic features as well as their peculiar characteristics. Philosophy has an important place in the thinking of poets. Especially in Mesnevi, there are elements that attempt to analyze human occasionally. In this paper, poems will be evaluated based on verses and related stories based on language philosophy.

Keywords: Rumi, Yunus Emre, Language Philosophy, Âşık Pasha, Mysticism.

Önlisans Öğrencilerinin Kendi İşini Kurma Niyetini Etkileyen Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma – 361

Asst. Prof. Dr. Sibel AYDEMİR

Zonguldak Bülent Ecevit University

sibelzku@yahoo.com

Assoc. Prof. Dr. Oya KORKMAZ

Tarsus University

oyakorkmaz@yahoo.com

ÖZET

Yerel ekonomiler için ekonomik büyümenin itici gücünü girişimcilik faaliyetleri oluşturmaktadır. Girişimcilik; yeni iş fırsatlarının, yeniliğin, yaratıcılığın vb. gelişmelerin ortaya çıkmasında belirleyici bir rol oynamaktadır. Girişimcilik yenilikçi bir iş fikrinin girişime dönüşmesinde olumlu bir etkiye sahiptir. Ayrıca girişimcilik faaliyetleri; yeni iş piyasalarının oluşturulmasına, ekonomilerin güçlendirilmesine, yeni iş yapma yöntem, teknik ve teknolojilerin geliştirilmesine katkı sunmaktadır. Üstelik girişimcilik ülkelerin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmasında başvurulabilecek (tercih edilebilir) bir stratejidir. Ülkeler küreselleşmenin, bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmelerin neden olabileceği ekonomik sorunlarla mücadele etme yöntemlerinden biri olarak girişimciliği kullanabilmektedirler. Görüldüğü üzere ülkelerin ekonomisi açısından oldukça önemli olan bu kavramdan daha fazla yararlanmak için kişilerde var olan girişimcilik potansiyelinin açığa çıkarılması gerekmektedir. Bu düşünceyle yaptığımız bu çalışmada, önlisans öğrencilerinin girişimcilik ruhuna sahip olduklarının farkında olmalarını sağlamak ve bu farkındalık sayesinde girişimcilik konusunda sahip oldukları üstünlüklerini okul bittikten sonra harekete geçirmelerine yardımcı olmak amaçlanmaktadır. Ayrıca bu çalışma ile girişimin özellikleri ve kültürel destek faktörlerinin öğrenciler mezun olduktan sonra onların iş kurma niyetleri üzerinde etkili bir unsur olup olmadığı araştırılmaktadır. Yine bu çalışma kapsamında öğrencilerin cinsiyetinin, yaşının ve ailelerinde girişimci olup olmama durumunun öğrencilerin mezun olduktan sonra onların iş kurma niyetleri üzerinde etkili bir unsur olup olmadığı araştırılmıştır. Dolayısıyla bu çalışma, girişimin özellikleri ile kültürel destek konularına farklı bir bakış açısı sunmayı amaçlamaktadır. Belirtilen amaçların gerçekleştirilmesi için gerekli olan veriler Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Zonguldak Meslek Yüksekokulunda okuyan ve girişimcilik dersi almış 129 önlisans öğrencisinden yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Araştırmada olasılıklı olmayan örneklem yöntemlerinden amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Pauceanu vd., (2019) tarafından geliştirilen girişimin özellikleri ve kültürel destek ölçeği kullanılmıştır. 7'li Likert tarzındaki sıralama ölçeğinden oluşan bu ölçeğe demografik bilgiler ve bağımlı değişkene yönelik sorular eklenmiştir. Bu ölçekler yardımıyla toplanan veriler SPSS 20.0 (Statistical Package for Social Sciences) ve AMOS 24.0 (Analysis of Moment Structures) programları kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğin yapısal geçerliliğinin tespitinde Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), iç tutarlılığının tespitinde güvenilirlik analizi, değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini saptamak amacıyla pearson korelasyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla ikili lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan pearson korelasyon analizi sonucunda ana bağımsız değişken girişimin özellikleri ve kültürel destek ile bağımlı değişken olan iş kurmaya başlama niyeti arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca, girişimcilik yeteneğine duyulan güven ve girişimci eğilimli olma alt bağımsız değişkenleri ile bağımlı değişken olan iş kurmaya başlama niyeti arasında ise pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yine yapılan ikili lojistik regresyon analizi sonuçlarına göre ise öğrencilerin iş kurmaya başlama niyeti üzerinde sadece girişimci eğilimli olma alt boyutunun anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Niyetleri, Girişimin Özellikleri ve Kültürel Destek, Girişimcilik Eğitimi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi.

A Study to Determine the Factors Affecting Associate Students' Intention to Start Their Own Business

ABSTRACT

Entrepreneurship activities constitute the driving force of the economic growth for local economies. Entrepreneurship plays a decisive role in the emergence of new business opportunities, innovation, creativity and

similar developments. Entrepreneurship has a positive impact on the transformation of an innovative business idea into an enterprise. Additionally, entrepreneurship activities contribute to the creation of new business markets, strengthening of economies, and development of new business methods, techniques and technologies. Moreover, entrepreneurship is a strategy which can be resorted to for countries to gain sustainable competitive advantage. Countries are able to use entrepreneurship as one of the methods of fighting economic problems that may be caused by globalization and the developments in information and communication technology. As can be seen, it is necessary to exploit the entrepreneurial potential in people in order to benefit more from this concept which is very important for the economy of countries. This study, which we conducted with this idea in mind, aims to ensure that associate students are aware of their entrepreneurial spirit and to help them, after school is completed, set into motion their superiority that they acquired in the matter of entrepreneurship due to this awareness. In addition, this study investigates whether the entrepreneurial features and the factors of cultural support are effective on their intention to start a business after graduation. In addition, this study investigates whether the gender and the age of the students and the fact that whether there is any entrepreneur in their family are effective on their intention to start a business after graduation. Therefore, this study aims to offer a different perspective on the entrepreneurial features and cultural support. The data required to achieve the mentioned aims were collected through a face-to-face survey with 129 associate students who study at Zonguldak Vocational School, Zonguldak Bulent Ecevit University, and who have taken entrepreneurship course. In the study, the purposeful sampling method was used from among non-probabilistic sampling methods. In this study, the entrepreneurial features and cultural support scale developed by Pauceanu et al., (2019) were used as data collection tool. Demographic information and questions related to the dependent variable were added to this scale which consists of 7-point Likert-type ranking scale. The data collected through these scales were evaluated by using SPSS 20.0 (Statistical Package for Social Sciences) and AMOS 24.0 (Analysis of Moment Structures) programs. Confirmatory factor analysis (CFA), reliability analysis, Pearson correlation analysis and binary logistic regression analysis were used, respectively, to determine the structural validity of the scale used in the study, to determine the internal consistency, to determine the direction and level of the correlation between variables, and to investigate the relationship between variables. As a result of the Pearson correlation analysis, it was found that the main independent variable of entrepreneurial features and cultural support had a positive and a low-level significant relationship with the dependent variable of students' intention to start a business. In addition, it was found that the sub independent variables of entrepreneurial confidence and entrepreneurial orientation had a positive and low-level significant relationship with the dependent variable of students' intention to start a business. Finally, according to the results of binary logistic regression analysis, only the sub-dimension of being entrepreneurially oriented has a significant effect on the students' intention to start a business.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Intentions, Entrepreneurial Features and Cultural Support, Entrepreneurship Education, Zonguldak Bulent Ecevit University.

Artırılmış Gerçeklik Teknolojisinin Ambalaj Tasarımı ve Pazarlamasında Kullanımı – 362

Inst. Ayşe İRİ

Istanbul Gedik University, HS
Graphic Design Program
ayse.iri@gedik.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Emel BİROL

Istanbul Gedik University, Faculty of Fine Arts and Architecture
Department of Visual Communication Design
emel.biol@gedik.edu.tr

ÖZET

Ambalaj tasarımı; hayatı boyunca insanın birçok alanda karşılaştığı ve ihtiyaçlarını karşıladığı iletişim alanıdır. Tasarımı ile içerisindeki ürüne dair bilgi veren, yönlendiren aynı zamanda bilinçlendiren grafik tasarım ürünüdür. Marka iletişimi açısından önemli bir araç olan ambalaj tasarımı, satın alma kararı noktasında güçlü etkiye sahiptir. Marka kimliğine katkıda bulunması, tüketici ve marka arasındaki ilişkiyi geliştirmesi ve güçlendirmesi bakımından önem arz eden iletişim unsurudur. Teknolojik inovasyonlar ile tüketicinin dikkatini çekmek isteyen markalar, yaratıcı uygulamalar geliştirerek kullanıcı deneyimi üzerinden iletişim faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler. Dolayısıyla hedef kitle ile doğru iletişimi kurabilmek için her zaman en güncel yaratıcı teknoloji üzerinden diyalog oluşturacak bir ortam hazırlanmalıdır. Bu araştırmada, artırılmış gerçeklik teknolojisi kullanılarak oluşturulan ambalaj tasarımları vaka analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu bağlamda, ambalaj tasarımının gelecekte ne şekilde faaliyet göstereceği ve tüketici deneyimine nasıl etki edeceği üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Artırılmış Gerçeklik, Ambalaj Tasarımı, Kullanıcı Deneyimi, Reklam, Pazarlama

Use of Augmented Reality Technology in Packaging Design and Marketing

ABSTRACT

Packaging design; it is the field of communication that human beings have encountered in many areas and meet their needs throughout their life. It is a graphic design product that gives information about the product in its design and also informs it at the same time. The packaging design, which is an important tool in terms of brand communication, has a strong influence on the decision of purchase. Contributing to brand identity is a communication element that is important in terms of improving and strengthening the relationship between consumer and brand. Brands that want to attract the attention of consumers through technological innovations, develop creative applications and realize communication activities through user experience. Therefore, in order to establish the correct communication with the target audience, an environment should always be prepared to create dialogue on the most current creative technology. In this research, packaging designs which were created by using augmented reality technology were examined by case analysis method. In this context, it is focused on how the packaging design will operate in the future and how it will affect the consumer experience.

Keywords: Augmented Reality, Packaging Design, User Experience, Advertising, Marketing.

Leblebi Sektöründe Kayıtdışı İstihdam: Denizli İlinde Nitel Bir Araştırma – 363

Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY
Pamukkale University Acıpayam HS.
fozgen@pau.edu.tr

Çağatay ÖNEY
Süleyman Demirel University
cagatayoney@hotmail.com

ÖZET

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için en önemli sorunlarından biri kayıtdışı istihdamdır. Günümüzde kayıtdışı istihdam ülkeler için sonlandırılması gereken büyük bir tehdidi oluşturmaktadır. Türkiye’ de de geniş sektör yelpazesinin varlığı kayıt dışı istihdamın gelişmesine neden olmuştur. Ayrıca ülkemizde demografik ve sosyo-ekonomik faktörlerin farklılığı sonucunda kırdan kente göç, kendi işinin sahibi olma, bilgi yetersizliği gibi nedenler işgücü piyasasında yeterli istihdamı yaratamamıştır. Günümüzde rekabet ortamında neredeyse her sektörde işçiler maliyet olarak görülmüştür. İşçilerin maliyetini azaltmak için işçilerin ücretlerinden veya sosyal güvencelerinden ödün verilmiştir. Ayrıca kayıtdışı istihdam, kendi hesabına çalışanların gelirlerinin azalması endişesi, yasa ve politikalarındaki değişiklikleri takip edilmemesi sebebiyle çalışmalarını kurumlara ya hiç bildirmemesi ya da eksik bildirilmesiyle ortaya çıkar. Bu çalışmada Denizli ilinde faaliyet gösteren leblebi sektörünün kayıt dışı istihdam boyutunun araştırılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda Denizli ilinde faaliyet gösteren leblebi sektöründen rastgele seçilmiş 15 işveren ve 15 işçi ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kayıtdışı İstihdam, Kayıtdışı Ekonomi, İşgücü Piyasası

Unregistered Employment in The Sector: A Qualitative Research in the Province of Denizli

ABSTRACT

One of the most important problems for developed and developing countries is informal employment. Today, unregistered employment constitutes a major threat to countries. Turkey as well as the presence of unregistered employment growth has led to a wide range of industries. In addition, due to the differences in the demographic and socio-economic factors in our country, the reasons such as migration from rural to urban areas, having own business and lack of information could not create sufficient employment in the labor market. In today's competitive environment, workers are seen as cost in almost every sector. Workers' wages or social security were compromised to reduce the cost of workers. In addition, unregistered employment occurs due to the fact that the self-employed employees are worried about the decrease of their incomes and they do not report their work to the institutions or they are under-reported due to not following the changes in laws and policies. In this study, it is aimed to investigate the informal employment dimension of leblebi sector operating in Denizli province. In line with this, in-depth interviews were conducted with 15 employers and 15 workers randomly selected from the sector in the province of Denizli.

Keywords: Unregistered Employment, Informal Economy, Labor Market.

Demografik Değişkenler İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kale Meslek Yüksekokulu Örneği – 364

Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY
Pamukkale University Acıpayam HS.
fozgen@pau.edu.tr

Inst. Dilek ŞENEL
Pamukkale University Kale Meslek HS.
dsenel@pau.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik kavramı günden güne önem kazanmıştır. Bireylerin birçok özelliği girişimci olma veya olmama durumlarında etkili olmaktadır. Bu çalışmanın amacı Pamukkale Üniversitesi Kale Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören öğrencilerin demografik değişkenleri ile girişimcilik düzeylerinin incelenmesidir. Bu doğrultuda 283 öğrenciye anket uygulanmış ve veriler istatistik paket programıyla analiz edilmiştir. Anket sorularının ilk kısmı demografik özellikleri, ikinci kısmı ise girişimcilik eğilimini belirlemeye yöneliktir. Çalışmanın sonucunda erkek öğrencilerin girişimcilik düzeyinin kadın öğrencilerin girişimcilik düzeyine göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Daha önce bir işyerinde çalışan öğrencilerin çalışmayan öğrencilere göre girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca annesi emekli olan öğrencilerin annesi çalışanlara göre girişimcilik düzeyleri yüksek iken, babası vefat eden katılımcıların babası çalışmayan katılımcılara göre girişimcilik eğiliminin düşük olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Diğer demografik değişkenler ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişki tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Eğilimi, Girişimcilik, Üniversite Öğrencisi

ABSTRACT

The concept of entrepreneurship has gained importance day by day. Many features of individuals are effective in being entrepreneurial or not. The aim of this study is to investigate the demographic variables and entrepreneurship levels of the students studying at Pamukkale University Kale Vocational School. In this direction, a questionnaire was applied to 283 students and the data were analyzed with statistical package program. The first part of the survey questions is aimed at determining the demographic characteristics and the second part is the determination of entrepreneurship tendency. As a result of the study, it has been determined that the level of entrepreneurship of male students is higher than that of female students. It has been determined that the students who work in a workplace have higher entrepreneurial tendencies than those who are not working. In addition, while the level of entrepreneurship of the students whose mothers were retired was higher than the employees of the mother, the findings showed that the entrepreneurial tendency was low compared to the participants who did not have the father who died. There was no significant relationship between other demographic variables and entrepreneurial tendency.

Keywords: Entrepreneurship Tendency, Entrepreneurship, University Student

Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi: Pamukkale Üniversitesi Acıpayam Meslek Yüksekokulu Örneği – 365

Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY
Pamukkale University Acıpayam HS.
fozgen@pau.edu.tr

Inst. Dilek ŞENEL
Pamukkale University Kale Meslek HS.
dsenel@pau.edu.tr

ÖZET

Küreselleşmeyle birlikte önem kazanan girişimcilik kavramı; risk almayı, ortaya çıkabilecek fırsatları sezmeyi ve yenilikçi olmayı gerektirmektedir. Girişimcilik kavramının popüler hale gelmesi, girişimcilik eğitimi veren kurumların sayısında oldukça artış göstermiştir. Meslek Yüksekokulları da potansiyel girişimci adayları olan öğrencilere girişimcilik eğitimi vermektedir. Çalışmanın amacı Denizli ili Acıpayam Meslek Yüksekokulu'nda eğitim alan öğrencilerin girişimcilik eğiliminin belirlenmesidir. Çalışma ile öğrencilerin demografik özellikleri ve girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu doğrultuda 328 öğrenciye ulaşılmış ve veriler anket aracılığıyla toplanmıştır. Anketin ilk bölümünde demografik bilgilerden oluşan sorular, ikinci bölümde Likert- tipi olan ve girişimcilik eğilimlerini tespit etmeye yönelik sorular yer almaktadır. Çalışma sonucunda ulaşılan veriler istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Neticede katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin yüksek çıktığı görülmüştür. Fakat katılımcıların yaşları, girişimcilik dersini alma durumu, okudukları bölümleri, sınıf düzeyleri ve ailelerinin gelir durumları girişimcilik eğilimleri hakkında bir ilişki tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Meslek Yüksekokulu Öğrencileri

ABSTRACT

The concept of entrepreneurship which gains importance with globalization; it requires taking risks, sensing opportunities and being innovative. The popularization of the concept of entrepreneurship has increased considerably in the number of institutions providing entrepreneurship education. Vocational Schools also offer entrepreneurship training to potential entrepreneur candidates. The aim of the study is to determine the entrepreneurship tendency of the students studying in Acıpayam Vocational School of Denizli. The relationship between demographic characteristics and entrepreneurship trends of the students was investigated. In this direction, 328 students were reached and data were collected through the questionnaire. In the first part of the questionnaire, questions are composed of demographic information, and in the second section there are questions that are Likert type and which are aimed at identifying entrepreneurship trends. The data obtained from the study were analyzed with the statistical package program. As a result, it was seen that the entrepreneurial tendencies of the participants were high. However, no relationship was found between age of participants, status of taking entrepreneurship course, their departments, class levels, and income status of their families.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Tendency, Associate students.

Hijyen Faktörlerin Çalışan Performansına Etkisi: Çağrı Merkezi Örneği –

366

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ
Selçuk University, FEAS
takgemci@selcuk.edu.tr

Inst. Gökhan BİLİCİ
Selçuk University, Taşkent HS.
gokhanbilici@selcuk.edu.tr

Nuray BİLİCİ
Selçuk University, FEAS
nuraybilici0@gmail.com

ÖZET

Bu araştırma Herzberg'in hijyen faktörleri ile çalışanların performansları arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Herzberg, iş yerinde hijyen etmenlerin belli bir düzeyin altına düşmemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Belli bir düzeyin altına düşmesi, çalışanın işinden, çevresinden, işletmeden, mesai arkadaşlarından ve amirlerinden sıkılmasına ve devamsızlık, hastalık ve işten ayrılmasına neden olabilmektedir. Konya ilinde özel bir bankanın çağrı merkezi araştırmamızın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak yapılandırılmış bir soru formundan yararlanılmıştır. Bu araştırmada Herzberg'in hijyen faktörleri ve iş gören performansına ilişkin teorik bilgiler verilerek SPSS programı ile toplanan veriler analiz edilmiştir. Elde edilen veriler istatistiksel ve yüzdesel olarak değerlendirildiğinde hijyen faktörleri oluşturan etmenlerin işletmede büyük oranda yer aldığı ve karşılığında çalışan performanslarına yansıdığını görülmektedir. Hijyen faktörlerin tatmin olunan düzeyde var olması çalışanların performanslarına pozitif etki yapmaktadır. Hijyen faktörler ile çalışan performansı arasında anlamlı, pozitif bir ilişki olduğu elde edilen bulgular sonucunda görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Herzberg'in Çift Faktör Kuramı, Çalışan Performansı, Çağrı Merkezi

ABSTRACT

This study examines the relationship between Herzberg's hygiene factors and employee performance. Herzberg stresses that hygiene at work should not fall below a certain level. Falling below a certain level can cause the employee to be bored with his / her work, environment, business, colleagues and supervisors, and absenteeism, illness and dismissal from work. The call center of a private bank in Konya is the universe of our research. In the research, a questionnaire structured as a data collection tool was used. In this study, data collected by SPSS program were analyzed by giving theoretical information about Herzberg's hygiene factors and employee performance. When the obtained data are evaluated as statistical and percentage, it is seen that the factors that constitute the hygiene factors take a large part in the enterprise and in turn are reflected in the employee performances. The existence of hygiene factors at a satisfactory level has a positive effect on the performance of employees. There is a significant and positive relationship between hygiene factors and employee performance.

Keywords: Herzberg's Two Factor Theory of Motivation, Employee Performance, Call Center

Çocuk Edebiyatında Kitap Seçimi Ölçütleri (KKTC’ de) – 367

Assoc. Prof. Dr. Şevket ÖZNUR

Near East University
esadrazam@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Ejdan SADRAZAM

Near East University

ÖZET

Kıbrıs’ta Türkçe, Osmanlıların 1571’de Adaya gelmesiyle birlikte konuşulmaya başlandı. Günümüze kadar Kıbrıslı Türkler gelenek,görenek ve ekinlerini, hep dillerine sahip çıkarak korumuşlardır. Bugün Adada 300 bin kişinin Türkçe konuşması,yazması ve birçok yayım yapması buna bağlıdır.

Atatürk, latin abecesini Türkiye’de uyguladıktan sonra Kıbrıslı Türkler yeni abeceyi kabul edip, uygulamaya koymuşlardır.

Bugün Kuzey Kıbrıs’ta sekiz üniversite ile ilkökul öğretmenleri yetiştiren Atatürk Öğretmen Akademisi vardır. Bu kurumların hepsinde Türk Dili ve Edebiyatı, Türkçe öğretmenliği ve son yıllarda yurt dışından gelen yapancılara Türkçe öğretmek için Türkçe hazırlık okulları kurulmuştur. Bu da Türkçenin eğitimdeki yerinin ne kadar önemli olduğunu bizlere göstermektedir.

Bu bağlamda bizler Atatürk Öğretmen Akademisi’nden mezun olan ve ilkökul öğretmenliği yapan bu kesim üzerinde durarak, bunların“Çocuk Kitapları”nın Seçimindeki Ölçütleri Alma Durumlarını” saptamak amacındayız. Araştırmamız dört bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde giriş ve bu başlık altında problem, amaç, önem, sayılarla elde edilen veriler, sınırlamalar ve tanımlar yer almaktadır. İkinci bölümde yöntem ve bu başlık altında araştırma modeli, örneklerle geçirdiği aşamalar, verilerin toplanması, çözümü ve yorumlanması yer almaktadır. Üçüncü bölümde bulgular ve yorumlar, dördüncü bölümde ise özet, yargı ve öneriler yer almaktadır.

Anahtar Sözcükler: Eğitim, Çocuk Yazını, İlkokul öğretmeni

Turkish Education In North Cyprus And The Selection Of Children’s Books In Accordance With The Realated Principles By Primary School Teachers

ABSTRACT

Cyprus, since 1571, has been home to the Turkish Cypriots who are the descendants of the Ottoman Turks who were repatriated from Anatolia/Asia Minor after the conquest of the island. With the arrival of the new settlers Cyprus was introduced to a new culture which survived to this day and through interaction it also impacted the culture of the indigenous inhabitants of the island to a great extent. 300 thousand people on the island today Turkish speak, write, and this depends on many publications. After you apply the Latin alphabet in Turkey, Atatürk, the Turkish Cypriots accepted and the new alphabet was implemented.

Atatürk teacher Academy teacher training universities in North Cyprus today with eight boards. All of these institutions in Turkish language and literature, a teacher of Turkish and Turkish preparatory schools were established to teach Turkish to foreigners from abroad in recent years. This also shows us that how important it is in education of Turkish language.

This research has been carried out by the primary school teachers who were graduted from Atatürk Teacher Training Academy.

The first chapter gives a brief introduction to the background, problem, aim and the scope of the study, importance, numerical data, limitations and definitions. Chapter II includes the method, research techniques, exemplification, data collection and procedures of data analysis. In chapter III, findings and comments are presented. In chapter IV, summary, conclusions and suggestions are discussed.

Keywords: Education, Children’s literature, Primary School Teachers.

Tahincioğlu Basketbol Süper Ligi İsim Sponsorluğunun Taraftar Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi: Pilot Uygulama – 368

Özlem IŞIK İNAN

Pamukkale University
ozlemisikinan@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ

Pamukkale University
yaekmekci@pau.edu.tr

ÖZET

Küreselleşme ve bunun sonuçlarından biri olarak spor ekonomisindeki büyümenin yarattığı yoğun rekabet işletmeleri farklılaşmaya yöneltmektedir. İşletmeler farklılaşabilmek için, işletme amaçları yanında rakip işletmelerin amaçlarını da dikkate alarak geleceğe yönelik plan ve stratejiler geliştirmektedir. Bu plan ve stratejiler kapsamında işletmeler yaygın bir etki alanı olan spor sektörüne yönelmekte ve sportif alanlarda sponsorluk anlaşmaları yapmaktadırlar. Müşteri potansiyeli bulunan spor takımlarına, liglere, federasyonlara veya organizasyonlara yapılan sponsorluklar sayesinde birçok marka, ürün ve işletme tanınırlığını arttırmış ve dolaylı etkiyle satışlarında da artış sağlamıştır. Bu çalışmanın amacı da spor sponsorlukları sonrasında sponsor işletmelerin beklentilerine yönelik olarak taraftarın spor sponsorluğuna ve sponsor işletmeye olan bakış açısını ve düşüncelerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda ele alınan sponsor işletme olan Tahincioğlu Gayrimenkul'ün hedeflerini saptayabilmek adına işletme pazarlama direktörü ile görüşmeler yapılmış ayrıca yayın demeçleri kayda alınarak incelenmiştir. Taraftarlarının görüş ve düşüncelerini öğrenebilmek için ise anket yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan veri toplama araçları Ercan ve Özbek (2017)'in geçerlik ve güvenirliğini yaptığı İletişim Firmaları Spor Sponsorluğu Ölçeği ve Yoo ve Donthu (2001) tarafından geliştirilen, Taşkın ve Koşat (2016)'ın geçerlilik ve güvenirliğini yapmış olduğu Marka Değeri Ölçeği'dir. İki müsabakadan elde edilen 332 veri pilot çalışma olarak istatistikî analize tabi tutulmuştur. Amaç ana uygulamadan önce soru formundaki muhtemel hataları belirlemek, hatadan kaçınmak ve soru formunun denetlenerek son halini almasını sağlamaktır. Ölçekler güvenirlik ve faktör analizlerine tabi tutulmuş, elde edilen yeterli puanlarla spor taraftarlarına yönelik olarak kullanılabilir soru formları düzenlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İsim Sponsorluğu, Marka Değeri, Spor Sponsorluğu, Taraftarlık, Türkiye Basketbol Süper Ligi.

The Evaluation of Tahincioğlu Basketball Super League Name Sponsorship with Fans Perspective: Pilot Study

ABSTRACT

Globalization and as a result of its consequences the intense competition caused by the growth in the sport economy leads enterprises to differentiate. In order to differentiate, the companies develop plans and strategies for the future by taking into consideration the aims of the rival enterprises as well as the objectives of the enterprises. Within the scope of these plans and strategies, enterprises are directed to the sports sector, which is a common area of influence, and they make sponsorship agreements in sportive areas. Through sponsoring sports teams, leagues, federations or organizations with potential customers, many brands, products and companies have increased their recognition and their sales with an indirect effect. The aim of this study is to reveal the opinions of the supporters about the sports sponsorship and the sponsors in line with the expectations of the sponsoring companies after the sports sponsorship. For this purpose; in order to determine the targets of Tahincioğlu Gayrimenkul, which is a sponsor company, interviews were made with the marketing director of the company and also the broadcasting statements were recorded and examined. The questionnaire method was used to learn the opinions and thoughts of the supporters. Twoscales Communication Companies Sports Sponsorship Scale and Brand Value Scale which validity and reliability analyses are already made by Ercan and Özbek (2017) and Taşkın and Koşat (2016) are

used. 332 data from two basketball competitions were subjected to statistical analysis as pilot study. The aim is to determine the possible errors in the questionnaire, to avoid the error and to ensure that the questionnaire is finalized by checking the results before the main application. The scales were subjected to reliability and factor analysis, and the questionnaires obtained with the sufficient points which can be used for sports fans were arranged.

Keyword: Basketball Super League of Turkey, Brand Value, Fans, Name Sponsorship, Sports Sponsorship.

Debt and Equity Policy in Capital Structure Theories: Modigliani-Miller Theory, Trade-Off Theory, Pecking Order Theory and Agency Theory – 369

Hasan OZYAPICI

Eastern Mediterranean University
hasan.ozyapici@emu.edu.tr

Omar TARZIBASHI

Eastern Mediterranean University
omer.terzibasi@hotmail.com

ABSTRACT

The balance between debt and equity is one of the most important keys to business success. The factors affecting the debt and equity choices are mainly based on capital structure theories. The Modigliani-Miller theory, Trade-off theory, Pecking order theory and Agency theory should first be considered by the researchers to develop a research model, by the managers to provide a balance between debt and equity, and by creditors to develop criteria for lending money. Accordingly, the purpose of this paper is to give essential information in understanding the capital structure theories. This paper also aims to show the link between the capital structure theories date back to 1958 and the selected current research studies.

Keywords: Modigliani-Miller theory, Trade-off theory, Pecking order theory and agency theory.

Dava Şartı Arabuluculuk Düzenlemesinin Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan Doğan Uyuşmazlıklara Etkisi

Asst. Prof. Onur SARI

İstanbul Kent University
av.dr.onursari@gmail.com

ÖZET

Çalışmamızda ticari uyuşmazlıklarda dava şartı arabuluculuk düzenlemesinin Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan(FSEK) doğan uyuşmazlıklara etkisi incelenmiştir. Çalışmamız nitel bir araştırma olup doküman incelemesi yöntemiyle ticari davalar, fikri mülkiyet ve arabuluculuğa ilişkin birincil kaynaklar olan mevzuat ve ikincil kaynaklar olan eserler incelenmiştir. FSEK'de genel itibariyle eser ve eser dışındaki ad, alametler, fotoğraflar, resimler, portreler, işaretler, sesler koruma altına alınmıştır. Bununla birlikte TTK. m.4/d'ye göre fikri mülkiyet mevzuatından doğan davalar mutlak ticari dava olarak düzenlenmiştir. Ancak TTK. m.4'e göre herhangi bir ticari işletmeyi ilgilendirmeyen havale, vedia ile fikir ve sanat eserlerine ilişkin haklardan doğan davalar bunların istisnası olarak tutulmuştur. Dolayısıyla iki bilim insanı arasında yapılan makale yazım sözleşmelerinden doğan uyuşmazlıklar gibi tarafların ticari işletmesini ilgilendirmeyen davalar ticari dava sayılmayacaktır. Ancak ticari işletmeyi ilgilendiren fikir ve sanat eserlerine ilişkin davalar ticari dava sayılacaktır. 7155 sayılı kanunla birlikte değişikliğe uğrayan TTK. m.5/A'ya göre konusu bir miktar paranın ödenmesi olan alacak ve tazminat talepleri hakkındaki ticari davalarda dava açılmadan önce arabulucuya başvurulması dava şartıdır. İlgili düzenleme neticesinde ticari dava niteliğindeki FSEK'den doğan uyuşmazlıklarda, taraflar bir miktar paranın ödenmesi olan alacak veya tazminat talep ederlerse dava açılmadan önce arabulucuya başvurmaları gerekir. Aksi halde dava usulden reddedilir. FSEK'den doğan uyuşmazlıklar ise genellikle eser hakkına tecavüzden kaynaklanmaktadır. Eser hakkına tecavüz halinde tecavüzün men'i, tecavüzün ref'i, tecavüzün tespiti davalarının konusu bir miktar alacak veya tazminat olmadığı için arabuluculuğa başvurulması dava şartı değildir. Fakat davayı açan maddi ve manevi zararının giderilmesini talep ederse bu tür davaların konusu bir miktar alacak ve tazminat olduğu için arabuluculuğa başvuru dava şartıdır. Eser sahipliğinin tespiti davasının da konusu bir miktar alacak ve tazminat olmadığı için arabuluculuk dava şartı değildir. İhtiyari arabuluculuğa başvurulabilir. Telif hakkının devri, ruhsat veya yayın sözleşmesinden dolayı da bir takım ihtilaflar doğabilir. Bu ihtilafların konusu genellikle belirli bir miktar alacak ve tazminat olduğu için ve ticari dava olduklarından dava açılmadan önce arabuluculuğa başvuru dava şartıdır. Bununla birlikte eser vasfı taşımamakla birlikte bir eser in ad ve alametleri ile çoğaltılmış nüshalarının şekilleri itibasına meydana verecek şekillerde kullananlara karşı haksız rekabet hükümleri gereği dava açılabilir. Ayrıca bir işareti, resim veya sesi, bunları nakle yarayan bir alet üzerine tespit eden veya ticari maksatlarla haklı olarak çoğaltan yahut yayan kimse, bu işareti, resmi veya sesi üçüncü kişi tarafından aynı vasıttan faydalanılmak suretiyle çoğaltılmasını veya yayımlanmasını menedebilir, haksız rekabet hükümlerine dayanarak dava açabilir. Ticari bir uyuşmazlığa ilişkin haksız rekabet davalarında maddi veya manevi tazminat talep edilirse dava açılmadan önce arabuluculuğa başvurulmalıdır. Fakat sadece tecavüzün tespiti, durdurulması ve meni talep edilirse arabuluculuğa başvuru zorunlu değildir. Mektup, hatıra ve buna benzer yazılar ile resim ve portrelerde FSEK bağlamında koruma altına alınmıştır. Mektup, hatıra ve buna benzer yazılar yazarların rızası olmadan(mektuplarda muhatabın da rızası aranır) veya yazarın vefat ettiyse mirasçıları ile vasiyet tenfiz memurunun rızası olmadan yayımlanamaz. Fakat yazarın, (mektuplarda yarar ve muhatabın) ölümünden itibaren 10 yıl geçtiyse rızası alınmadan yayımlanabilir. FSEK. m.86/2'deki istisna dışında resim ve portrelerde tasvir edilenin, rızası olmadan veya ölümünden itibaren 10 yıl geçmeden bu portre ve resimler de umuma arz edilemez. Mektup, hatıra, resim, portreler ve benzeri ifadelerde rızası olmayan yayımlayan veya umuma arz eden kişinin sorumluluğuna Türk Borçlar Kanunu m.49 bağlamında gidilebilir. Eğer ki bu yayımda veya umuma sunumda kişilik haklarının ihlali söz konusuysa Medeni Kanun m.24'e göre dava açılabilir. Bu tür davaların niteliği genellikle ticari olmayacağından dava şartı arabuluculuk bağlamında değerlendirilmemelidir. Sonuç olarak FSEK bağlamında düzenlenen haklara ilişkin uyuşmazlıklar ticari dava niteliğindeyse ve konusu bir miktar alacak veya tazminat içeriyorsa dava şartı arabuluculuk bağlamında değerlendirilir. Fakat ticari olmayan davalar ile konusu bir miktar alacak veya tazminat talep edilmeyen davalarda arabuluculuğa başvuru dava şartı değildir.

Anahtar Kelimeler: Arabuluculuk, Fikri Mülkiyet Hukuku, Ticaret Hukuku, Eser, Ticari Dava, Medeni Usul Hukuku

Effect of the Mediation Regulation, as a condition for case, on disputes arising from the Intellectual and Artistic Works Law

ABSTRACT

In our study, effect of the mediation regulation, as a condition for case, on disputes arising from the Law on Intellectual and Artistic Works (FSEK), has been examined. Our study is a qualitative research and the legislation as the primary sources and works as the secondary sources have been examined in respect of commercial cases, intellectual property and mediation by the method of document examination. The works and names, signs, photos, drawings, portraits, insignia, sounds, other than works, have been protected in the FSEK generally. Furthermore, the cases arising from the intellectual property legislation has been regulated as the absolute commercial cases as per art. 4/d of the TTK (Turkish Commercial Code). However, cases arising from transfer transaction, deposit transaction and intellectual and artistic works, which are not concerned by a commercial business, are the exceptions of them as per art. 4 of the TTK. Consequently, cases, which are not related to commercial business of the parties, such as an article writing contract between two scientists, will not be considered as commercial cases. However cases concerned by the commercial business is commercial litigation. As per art. 5/A of the TTK amended by the law No. 7155, it is condition for case to apply to a mediator before filing a case in commercial cases regarding claims for receivable and damages on the subject of payment of an amount of money. As a result of the relevant regulation, in any disputes arising from the FSEK, qualified as a commercial case, if the parties claim for receivable or damages in respect of payment of an amount of money, they are required to apply to the mediator before filing a case. Otherwise, the case is dismissed without prejudice. However, disputes arising from the FSEK are generally caused by infringement of right of work. In case of infringement of the right of work, it is not a condition for case to apply for mediation as subject matter of cases of prohibition of infringement, determination of infringement is not an amount of receivable or indemnity. However, if the party, who has filed the case, requests for recovery of his/her material and spiritual damages, it is a condition for case to apply for mediation as subject matter of such cases is an amount of indemnity and receivable. As the case for determination of work ownership is not an amount of receivable and indemnity, mediation is not a condition for case. Optional mediation may be applied. Some disputes may also arise due to transfer of copyright, licence or publication contract. Subject matter of such disputes is generally a certain amount of receivable and indemnity and they are commercial cases, application for mediation before filing a case is a condition for case. Furthermore, a case may be filed against those who use names and signs of a work and its reproduced copies in any forms to cause confusion although they are not qualified as a work, a lawsuit may be brought against unfair competition provisions. In addition, a person, who discover a sign, drawing or sound on a device used for transmission of it or reproduces or disseminates it for commercial purposes, may prohibit a third person to reproduce or publish such sign, drawing or sound by using the same device and may file a case pursuant to the provisions of unfair competition. In unfair competition cases related to a commercial dispute, if material or spiritual damages are claimed, mediation must be applied before filing a case. However, if only determination, cease and prohibition of infringement is claimed, application for mediation is not compulsory. Letters, memories and similar letters and portraits and drawings have also been protected in the context of the FSEK. Letters, memories and similar letters may not be published without consent of the writer (consent of the addressee is also required for letters) or may not published without consent of his/her heirs and legacy executor if the writer has died. However, if 10 years passed as of death of the writer (beneficiaries and addressee for letters), they may be published without his/her consent. Other than the exception in art. 86/2 in the FSEK, portraits and drawings may not be publicly presented without consent of the person portrayed in the drawing and portrait or before 10 years elapsed after his/her death. A person, who published or publicly presented letters, memories, drawings, portraits and similar statements without consent, may be held liable in the context of art. 49 of the Turkish Code of Obligations. In case of violation of the personality rights in such publication or public presentation, a case may be filed as per art. 24 of the Civil Law. As nature of such cases will not be commercial in general. They must not be considered in the context of the mediation as a condition for case. Finally, if disputes related to the rights regulated in the context of the FSEK are qualified as a commercial case and involve an amount of receivable or indemnity, they are considered in the context of the mediation as a condition for case. However, application for mediation is not a condition for case in non-commercial cases and cases not involving a claim for an amount of receivable or indemnity.

Keywords: Mediation, Intellectual Property Law, Commercial Law, Copyright, Commercial Litigation, Law of Civil Procedure

The Role of Advertising In Improving Ethno Tourism Of Kyrgyzstan: In Case Of World Nomad Games – 371

Dr. Kanyshai MUKTAROVA

Kyrgyz-Turkish Manas University

Communication Faculty

Public Relations and Advertising Department

kanyshay.muktarova@gmail.com

ABSTRACT

Nestled between the magnificent Tien-Shan and Pamir-Alay Mountains, Kyrgyzstan is blessed with a stunning variety of landscapes and ecosystems including lofty mountain peaks and glaciers, alpine pastures and lakes, flower-covered valleys and rivers, arid canyons and semi-deserts. Moreover, Kyrgyzstan boasts a rich historical and cultural heritage encompassing Asian nomadic traditions and many ancient civilizations along the Silk Road.

Despite this abundant natural, historical and cultural endowment, tourism remains a rather marginal sector of the Kyrgyz economy with an estimated 3.9% share of the national GDP and 3.7% share of the total employment in 2016. At the same year Kyrgyz Government launched the state project World Nomad Games and through the advertising on traditional and new media attempted to attract tourists.

In promoting tourism destinations, advertising is a powerful social and cultural force. Advertising has been attributed as being both a mirror of societal values and a model of our beliefs and norms (Holbrook, 1987). In fact, many would argue that, with the current level of media and technology available, advertising and mass media have become more powerful than other institutions such as education, religion and even the family (Pollay, 1986).

In this paper the main research questions are how cultural producers represent Kyrgyz nomad culture to tourists? What images and language patterns do advertisers commonly use to portray the nomad?

This research is organized around responses to these key questions. The research methodology of this study is semiotic analysis of advertising spots and outdoor advertising.

In conclusion, to improve the interest of foreign tourists World Nomad Games advertisement include variety of Kyrgyz ethnic symbols and signs. All of them used to highlight Popularization, development and promoting ethnosports at the world level, including traditional games and competitions from around the world. Strengthening and further developing interfaith and intercultural dialogue, understanding, friendship, harmony, and cooperation between the people of the world, and demonstrating the cultural diversity of the world. Special attention at the World Nomad Games is paid to ecology. The official mascot of the World Nomad Games is the snow leopard.

Keywords: Ethno Tourism, Kyrgyzstan, World Nomad Games, Advertising.

Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesinde Psikolojik Sermayenin Rolü – 372

Inst. Burcu BATGA

Bingöl University, SBMYO

bbatga@bingol.edu.tr

Inst. Sümeyra CEYHAN

Bingöl University, SHMYO

sceyhan@bingol.edu.tr

Exp. Sercan YILTAŞ

Çukurova University, FEAS

sercanyiltay@gmail.com

ÖZET

Girişimcilik faaliyeti; girişimci bireylere ve toplumsal anlamda devlete yarar sağlayan, ekonomik unsurların ve rekabetin gelişimine zemin hazırlayarak bireylerin ve toplumların refahını arttıran faaliyetler bütünüdür. Girişimcilik eğilimi; tek başına ya da bir grubun parçası olarak yeni bir işletme kurma niyeti olarak tanımlanmaktadır. Psikolojik sermaye kavramı ise genel olarak kişilerin umut (hope), iyimserlik (optimism), öz-yeterlilik (self-efficacy) ve dayanıklılık (resilience) nitelikleri bakımından psikolojik gelişim durumlarını ifade etmektedir. Başarı ihtiyacı, riske girme ve katlanabilme istekliliği, kendine güvenme, belirsizliklere ve zorlu çalışma koşullarına dayanma gibi pozitif psikolojik sermayeyi destekleyen kişisel özellikler insanların girişimciliği seçmesini etkilemektedir. Bireylerin girişimcilik eğilimlerinin oluşmasında psikolojik sermayenin olumlu etkilerinin görülmesi mümkündür.

Bu çalışmanın temel amacı Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu'nda (SBMYO) okuyan önlisans öğrencilerinin sahip oldukları psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu bağlamda psikolojik sermaye; iyimserlik, umut, öz yeterlilik ve dayanıklılık açısından dört boyutta incelenmiştir. Araştırmanın evrenini Bingöl Üniversitesi SBMYO öğrencileri oluşturmaktadır. Veriler basit tesadüfi örneklem yöntemi ile belirlenen 428 öğrenciden alınmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmış "Psikolojik Sermaye Ölçeği" ve "Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Eğilimi Ölçeği" ile demografik niteliklerle ilgili soruların yer aldığı bir anket kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programından faydalanılarak teorik ve uygulama perspektiflerinden değerlendirilmiştir. Bu bağlamda araştırma sonucunda elde edilen bilgilerin araştırmacılara ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Sermaye, Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi

The Role Of Psychological Capital In Determining Entrepreneurship Trends Of Associate Degree Student

ABSTRACT

Entrepreneurship activity; It is the whole of activities that increase the welfare of individuals and societies by providing the basis for the development of economic factors and competition, which benefit the entrepreneur and the society in a social sense. Entrepreneurial tendency; it is defined as the intention of establishing a new business alone or as part of a group. The concept of psychological capital generally refers to the psychological development of individuals in terms of hope, optimism, self-efficacy and resilience. The personal characteristics that support positive psychological capital, such as the need for success, willingness to take risks and being able to fold, self-reliance, uncertainty and being able to withstand harsh working conditions, affect people's choice of entrepreneurship. It is possible to see the positive effects of psychological capital in the formation of entrepreneurship tendencies of individuals.

The main aim of this study is to determine the effect of psychological capital on the entrepreneurship tendencies of associate degree students of Bingöl University Vocational School of Social Sciences. In this context, psychological capital; in terms of optimism, hope, self-efficacy and resilience. The universe of the study is

composed of Bingöl University Vocational School of Social Sciences students. The data were taken from 428 students who were determined by simple random sampling method. In the study, a questionnaire including questions about demographic characteristics was used as anket “Psychological Capital Scale” and “University Students Entrepreneurship Tendency Scale” prepared according to the 5-point Likert scale. The data obtained were evaluated from the theoretical and practical perspectives by using SPSS program. In this context, it is thought that the results of the research will contribute to the researchers and the literature.

Keywords: Psychological Capital, Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency.

Duygusal Zeka ile Girişimcilik Eğilimi Arasında Öz Yeterliliğin Aracılık Rolü: Çukurova Üniversitesinde Bir Alan Araştırması – 373

Inst. Sümeyra CEYHAN

Bingöl University, SHMYO
sceyhan@bingol.edu.tr

Exp. Sercan YILTAY

Çukurova University, FEAS
sercanyiltay@gmail.com

Inst. Burcu BATGA

Bingöl University, SBMYO
bbatga@bingol.edu.tr

ÖZET

Duygusal zeka; bireyin kendisinin veya başkalarının duygularını sezgilemek, gözlemlemek ve doğru bir biçimde ifade edebilmek, duygusal farkındalığını kendisinin veya başkalarının hareketlerine ve düşüncelerine yön vermek amacıyla kullanmak şeklinde ifade edilebilmektedir. Duygusal zekası yüksek düzeyde olan bireyler, duygularını daha başarılı bir şekilde kontrol edebilmekte aynı zamanda iş yaşantılarında da daha doğru kararlar alabilmektedirler. Duygusal zeka seviyesi yüksek olan bireyler, stres ile daha kolay baş edebilirken her zaman umutlu, iyimser ve yüksek motivasyonlu olabilmektedirler. Hisleri güçlü olan bu bireyler, çevresindeki insanlar ile daha rahat empati kurabilmekte ve karşısındaki bireylerin duygularını anlayabilmektedirler. Bu özelliklerin hepsi onların, gündelik yaşamda ve iş yaşantısında daha başarılı bireyler ve yöneticiler olmasına katkı sağlamaktadır.

Çağımızda gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeler ve ülke ekonomileri bakımından büyük öneme sahip girişimcilik, gerek kamu kuruluşları gerekse özel sektör aracılığı ile de teşvik edilmekte ve desteklenmektedir. Bununla birlikte bireyin duygularını ifade etme, onları anlama ve yönlendirme gibi özellikleri kapsayan “duygusal zeka” kavramı da iş hayatında hızla kabul görmekte ve başarının anahtarlarından biri olarak kabul edilmektedir. Öz yeterlilik, bireylerin belirli bir işi başarabilme yetisine olan inancıdır. Bireylerin işlerinde başarılı olabilmeleri, iş ortamının sağladığı olanakların yanı sıra bireylerin kişisel özelliklerine de bağlıdır. Güncel gelişmeler açısından çok değerli olan bu kavramlar çalışmanın temelini teşkil etmektedir. Bu çerçevede, girişimciliğin duygusal zeka ve öz yeterlilik ile olan ilişkisinin tespit edilmesi de önem arz etmektedir. Çalışmada duygusal zekanın lisans öğrencilerinin öz yeterlilik ve girişimcilik eğilimlerine nasıl bir etkisi olduğunun araştırılması amaçlanmaktadır.

Araştırmanın evrenini potansiyel girişimci olarak değerlendirilebilecek olan Çukurova Üniversitesi’nde eğitim gören İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi örgün ve ikinci öğretim öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak 5’li likert ölçeğine göre hazırlanmış “Duygusal Zeka Ölçeği”, “Girişimcilik Eğilimi Ölçeği”, “Öz Yeterlilik Ölçeği” ve demografik niteliklerle ilgili soruların yer aldığı bir anket kullanılmıştır. Araştırmada Wong ve Low tarafından hazırlanan WLEI-Scale (2002) “duygusal zeka” ölçeğinden, Caird tarafından geliştirilen “girişimcilik eğilimi” (GET 2) ölçeği ve çalışmamızda Jerusalem ve Schwarzer’in 1981 yılında geliştirdiği genel öz yeterlilik ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek 1991 yılında Yeşilay tarafından Türkçe’ye uyarlanmış ve ayrıca; Çalık (2016) tarafından doktora tezinde kullanılmıştır.

Araştırma modelinin test edilebilmesi amacıyla PLS-SEM yöntemi kullanılacaktır. PLS-SEM yöntemi hem faktör analizini hem de regresyon analizini kapsayan, parametrik olmayan bir SEM yöntemidir. PLS-SEM yönteminde ölçek modeli (dışsal model) ve yapısal model (içsel model) olmak üzere iki temel bileşen vardır. Ayrıca araştırma modelindeki değişkenlerin çeşitli demografik değişkenler açısından fark gösterip göstermediğinin test edilmesi amacıyla SPSS 22.0 istatistikî analiz yazılımı kullanılacaktır. Öncelikle ölçeğin güvenilir olup olmadığı Cronbach Alpha testi ile analiz edilecek, değişkenler arasındaki etki ve ilişkilerin incelenmesi için regresyon ve korelasyon analizleri kullanılacak ve bu analizler sonucunda duygusal zeka ile girişimcilik eğilimi arasında öz yeterlilik aracılık rolünün ne düzeyde olduğu tespit edilmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zeka, Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Öz Yeterlilik

The Mediating Role of Self-Efficacy Between Emotional Intelligence And Entrepreneurship Tendency: A Field Study At Çukurova University

ABSTRACT

Emotional intelligence can be described as; to intuit and observe the feelings of the individual or others and to express correctly, and using emotional awareness to guide their own or others' movements and thoughts. Individuals who have high levels of emotional intelligence can control their emotions more successfully and at the same time they make more accurate decisions in their business life. Individuals who have high levels of emotional intelligence deal with stress more easily and at the same time they can always be hopeful, optimistic and highly motivated. Those who have strong feelings can empathize with the people around them more easily and they understand the feelings of the individuals. All of these features contribute them to be more successful individuals and managers both in daily life and in business life.

Entrepreneurship, which is of great importance in terms of all developed and developing countries and national economies, is encouraged and supported by both public institutions and private sector. At the same time, the concept of “emotional intelligence”, which includes expressing the feelings of the individual, understanding and guiding them, is also accepted in business life and is considered as a key to success. Self-efficacy is the belief of individuals in the ability to achieve a certain job. The success of individuals in their work depends on the individual characteristics of the individuals as well as the opportunities provided by the business environment. The success of individuals in their work depends on the personal characteristics of individuals and the opportunities provided by the business environment as well. These concepts, which are very valuable in terms of current developments, form the basis of the study. In this framework, it is important to determine the relationship among entrepreneurship, emotional intelligence and self-efficacy. The aim of this study is to investigate how emotional intelligence has an impact on the self-efficacy and entrepreneurship tendencies of undergraduate students.

The universe of the study consists of formal and second education students, at the Faculty of Economics and Administrative Sciences of Çukurova University, who can be considered as potential entrepreneurs. “Emotional Intelligence Scale”, “Entrepreneurship Tendency Scale”, “Self-efficacy Scale”, which are based on 5 Likert scale, and questions about demographic characteristics were used as data collection tools. In the study, WLEI-Scale (2002), “Low, Emotional Intelligence Scale” prepared by Wong and Low, the “entrepreneurial tendency” developed by Caird (GET 2) scale and Jerusalem and Schwarzer's “general self-efficacy” scale developed in 1981, were used. This scale was adapted to Turkish by Yeşilay in 1991 and also; Çalık (2016) was used in his doctoral thesis.

The PLS-SEM method will be used to test the research model. The PLS-SEM method is a non-parametric SEM method that includes both factor analysis and regression analysis. In the PLS-SEM method, there are two basic components: scale model (external model) and structural model (internal model). In addition, SPSS 22.0 statistical analysis software will be used to test whether the variables in the research model differ in terms of various demographic variables. Firstly, whether the scale is reliable or not will be analyzed by Cronbach Alpha test, regression and correlation analyzes will be used to investigate the effects and relationships between variables and as a result of these analyzes, it will be tried to determine the level of self-efficacy mediation between emotional intelligence and entrepreneurship tendency.

Keywords: Emotional Intelligence, Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency, Self-efficacy.

An Analysis Of The Relationship Between R&D Expenditures and Employment: A Case for United States, Germany and Turkey – 374

Gülcan GÜZEL

Istanbul Gelişim University
gguzel@gelisim.edu.tr

Sedef ÇEVİKALP

Istanbul Gelişim University
scevikalp@gelisim.edu.tr

ÖZET

The aim of the sustainable economic growth is to invest in innovation and R&D expenditures. For this reason, many countries support R&D expenditures in the areas of cyber physical systems, automation, artificial intelligence, robotics, big data, Internet of Things, cyber security and cloud computing with some incentives and practices. In recent years, industry 4.0 is the highest level in which industrial revolution comes. The robotics and automation brought about by Industry 4.0 affect employees. These potential results remain valid for both men and women employment. USA and Germany are the leading countries of industry 4.0 in the world. These countries are still investing in technology and R&D expenditures to sustain the leading country in the digital world. Although Germany has begun to industrialize late, it is the fourth largest industrialized country in the world as well as the largest one in Europe. Turkey has also taken many decisions in increasing its R&D expenditures, the industry level is still in between 2.00 and 3.00. This paper compares the relationship between R&D expenditures and employment in USA, Germany and Turkey, respectively. we find that the increase in R&D expenditures affect employment and unemployment rate in these countries.

Ar-Ge Yatırımları Ve İstihdam Arasındaki İlişkinin Analizi: Amerika Birleşik Devletleri, Almanya Ve Türkiye Örneği

ABSTRACT

Sürdürülebilir ekonomik büyümenin amacı, inovasyon ve Ar-Ge harcamalarına yatırım yapmaktır. Bu nedenle, pek çok ülke siber fiziksel sistemler, otomasyon, yapay zeka, robotik, büyük veri, nesnelerin interneti, siber güvenlik ve bulut bilişim alanlarında bazı teşvik ve uygulamalarla Ar-Ge harcamalarını desteklemektedir. Son yıllarda, sanayi 4.0 sanayi devriminin geldiği en yüksek seviyedir. Endüstri 4.0'ın getirdiği robotik ve otomasyon çalışanları etkilemektedir. Bu potansiyel sonuçlar hem erkek hem de kadın istihdamı için geçerli olmaktadır. ABD ve Almanya, dünyanın önde gelen endüstri 4.0 ülkeleridir. Bu ülkeler dijital dünyadaki yerini sürdürmek için teknoloji ve Ar-Ge harcamalarına halen yatırım yapmaktadır. Almanya geç sanayileşmeye başlamış olmasına rağmen, dünyanın dördüncü endüstrileşmiş sanayi ülkesi olmasının yanı sıra Avrupa'nın da en büyük endüstrileşmiş ülkesidir. Ayrıca, Türkiye de Ar-Ge harcamalarını arttırmada birçok karar almasına rağmen sanayi seviyesi hala 2.00 ile 3.00 arasında yer almaktadır. Bu çalışma ABD, Almanya ve Türkiye'deki Ar-Ge harcamaları ile istihdam arasındaki ilişkiyi karşılaştırmaktadır. Elde edilen sonuca göre, Ar-Ge harcamalarındaki artışın bu ülkelerdeki istihdamı ve işsizlik oranını etkilediğini görülmektedir.

Ekonomik Güven Endeksi İle İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksi Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği – 375

Gülcan GÜZEL

Istanbul Gelişim University
gguzel@gelisim.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Emrah DOĞAN

Istanbul Gelişim University
emdogan@gelisim.edu.tr

ÖZET

Okun'un iktisadi hoşnutsuzluk endeksinde (sefalet endeksi) işsizlik oranlarının artması geliri olmayanların sayısının arttığı, enflasyonun yükselmesi yaşamın pahalı hale geldiğinin göstergesi olmaktadır. Barro'nun iktisadi hoşnutsuzluk endeksine eklemiş olduğu faizin yükselmesi ise yatırımların maliyetli olduğu anlamına gelmekteyken büyümenin artması refahın arttığının göstergesi olmaktadır. Ekonomide işsizliğin, enflasyonun ve faizin arttığı bir durumda tüketiciler mal ve hizmet alamamakta üreticiler ise mal ve hizmet üretememektedir. Dolayısıyla iktisadi aktörlerin beklentileri olumsuz olmakta söz konusu olumsuz beklenti ise piyasaya yani ekonomiye güveni azaltmaktadır. Bu çalışmanın amacı Okun ve Barro'nun ortaya koymuş olduğu makro değişkenlerden oluşan iktisadi hoşnutsuzluk endeksi ile ekonomik güven endeksi arasında ilişkinin incelenmesidir. Bu bağlamda, Türkiye için iktisadi hoşnutsuzluk endeksi ile ekonomik güven endeksi arasında ilişkiyi analiz etmek için 2007-2018 yılları arasında TÜİK'ten aldığımız veri setinden yararlanılmıştır. Bu verileri kullanarak ARDL yöntemi aracılığıyla analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, ekonomik güven endeksi ile iktisadi hoşnutsuzluk endeksi arasında ters ilişkinin olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik güven endeksi, İktisadi hoşnutsuzluk endeksi, Regresyon Analizi, Türkiye.

Jel Kodu: D01, J64, P24, D92, G12.

ABSTRACT

Although increasing the unemployment rates in the economy, increasing the number of non-income, increasing the inflation, increasing the life, increasing the interest rate means that the investments are costly, increase in growth is an indicator of the increase in welfare. In a situation where unemployment, inflation and interest rates are increasing, consumers cannot obtain goods and services, while producers do not produce goods and services and thus the confidence in the market is decreasing. Therefore, our hypothesis is that there will be an inverse relationship between the economic confidence and economic discontent index revealed by both Okun and Barro. In other words, as the index of economic discontent increases, the economic confidence index will decrease. To analyze this hypothesis, we receive data from TUIK between the years 2007-2018, regression analysis will be made for Turkey. These data were analyzed using the ARDL method. The findings show that there is an inverse relationship between the economic confidence index and the economic discontent index.

Keywords: Economic Confidence Index, Index of Economic Discontent, Regression Analysis, Turkey.

Jel Code: D01, J64, P24, D92, G12.

Better Performance With Mental Training – 376

Assoc. Prof. Dr. Ridvan EKMEKCI

Pamukkale University, Faculty of Sport Sciences
ridvanekmekci@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Bülent Okan MICOOGULLARI

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
okanmicoogullari@gmail.com

ABSTRACT

Athletes performance on the court or field always changes according to some inner and outer factors. Psychology of the players is very important factor in competitive level sport. Mental (cognitive) abilities and skills are very important for their performance. Cognitive abilities are brain-based skills we need to carry out any task from the simplest to the most complex. They have more to do with the mechanisms of how we learn, remember, problem-solve, and pay attention, rather than with any actual knowledge (Michelon, 2006). Players are needs to have cognitive abilities like focusing, confidence, problem solving abilities, maintain concentration and stay calm. Stay calm and maintain the performance is not easy when you get tired and stressed. The aim of this study was to examine the impact of 12 weeks period concentration, imagery and mindfulness meditation training session on problem solving and mental toughness score which includes 3 sub-factors confidence, control and constancy. EEG device and Inner balance sensor was used to give biofeedback to the players during trainings. The sample included 16 professional licensed division 1 league volleyball players. Problem solving inventory (PSI) and mental toughness inventory (MTI) was used to examine players' cognitive skills. Before and after tests was applied to the referees to understand 12 weeks practise effect on problem solving and mental toughness situation. Paired Sample T-test was used to analyze data of PSI and MTI. There were significant differences between first score and last score of PSI and MTI.

Keywords: Cognitive skill, mental training, players, mental toughness, problem solving

Problem Solving Skills of Football Referees – 377

Assoc. Prof. Dr. Rıdvan EKMEKCI

Pamukkale University, Faculty of Sport Sciences
ridvanekmekci@gmail.com

Hamza Kaya BEŞLER

Pamukkale University, Faculty of Sport Sciences

ABSTRACT

Problem solving is a complicated process which involves cognitive skills as well as affective and behavioral characteristics (Erdem, 1986; Korkut, 2002). The process of problem solving starts with perceiving a situation as problem and involves selection and application the best choice among others (Dağlı, 2004). Sports is one of the areas where problems can occur in many different forms. These problems are faced by any person who participates in sports as a spectator, athlete, coach, manager, referee or etc. We believe that referees are the ones who have to deal with more problems the reason is that they are in a position where they need to observe, make a decision, use their judgment and give punishment if it is necessary (Ekmekçi, 2008; Beşler, 2016). Thus referees are in a position which they need to solve more problems and use more effective problem solving skills. In line with this information the purpose of this study is to reveal the problem solving skills of the elite sports referees in Turkish Republic of North Cyprus. According to the results problem solving skill of the Turkish Republic of North Cyprus referees' level is slightly good (mean, 74,64). In conclusion as it seen in the results the mean score of the referees are good, however when it is considered individually there are big differences among the referees considering their problem solving scores.

Keywords: football referee, problem solving, cognitive skill, psychology, management.

Türkiye’de Girişimcilik Tarihi: Genel Bir Değerlendirme – 378

Inst. Dr. Necdet SEZAL

Alanya Alaaddin Keykubat University Akseki HS.
necdetsezal@hotmail.com

ÖZET

Girişimcilik olgusunu tanımlarken sürekli girişimcilere vurgu yapılır. Girişimciler önce yerel çevrelerine, sonra ulusal ekonomik düzene gözdü edilemeyecek kadar olumlu katkıları sağlayan kimselerdir. İşletme kapasitesi daha da büyüdüğünde ise tüm dünyaya üretim ve pazarlama yapmayı göze alabilen kişilerdir onlar. Girişimcilerin vücuda getirdiği işlev girişimcilik olarak adlandırılmıştır. Bu işlev şüphesiz tarihi yapı içinde aşama aşama günümüze kadar gelmiştir. Türkiye’de Girişimcilik Tarihi: Genel Bir Değerlendirme” adlı bu çalışma üç alt başlıktan oluşmuştur. Girişimcilik ve kapsamı, girişimciliğin gelişimi ve Türkiye’de girişimcilik tarihi etrafıca açıklanmıştır. En sonunda da genel değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Türkiye’de Girişimcilik Tarihi

History of Entrepreneurship in Turkey: A General Evaluation

ABSTRACT

When defining the phenomenon of entrepreneurship, emphasis is always given to entrepreneurs. Entrepreneurs are those who first made positive contributions to their local environment and then to the national economic order. They are people who can afford to make production and marketing all over the world when the company capacity increases. The function of entrepreneurs is called entrepreneurship. This function has come to the present stage in the historical structure. History of Entrepreneurship in Turkey: An Evaluation "says the study is composed of three sub-titles. Entrepreneurship and scope, are explained in detail the history of the development of entrepreneurship and entrepreneurship in Turkey. Finally, a general evaluation was made.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship, History Of Entrepreneurship In Turkey

Türkiye'nin Finansal Liberalizasyon Süreci ve Borçlanma İle Arasındaki İlişki¹ - 379

Inst. Dr. Necdet SEZAL

Alanya Alaaddin Keykubat University Akseki HS.
necdetsezal@hotmail.com

Prof. Dr. Mahmut YARDIMCIOĞLU

Kahramanmaraş Sütçü İmam University. FEAS.
mahmutyardimcioglu@ksu.edu.tr

ÖZET

Liberalizmin özellikle 1970'lerde kendini iyice hissettiren bu yenilenmesi sadece fikir alanında kalmadı, aktüel, ekonomik ve politik hayata da taşındı, 1979'da İngiltere'de 1980'de Amerika'da liberal fikirlere şu veya bu ölçüde bağlılığı bilinen siyasi ekipler iktidara geldi. Diğer demokratik ülkelerde de liberal fikirler sosyal demokratların görüşlerine nazaran ağırlık kazanmaya başladı. 1980'lerin sonunda ise, birkaç yıl önce hayal edilmesi bile mümkün olamayan büyük dönüşümler gerçekleşti, yaygın bir tabirle, Doğu blokunu silip süpüren "liberalizm ve demokrasi devrimi" meydana geldi.

1970'li yıllardan sonra tüm dünya genelinde başlayan, ekonomik, sosyal ve kültürel alanda bazı ortak değerlerin yerel ve uluslararası sınırları aşarak dünya çapında, yeni bir ekonomik yapının ortaya çıkmasına küreselleşme hareketleri yol açmaktadır. Ticari liberalizasyon, kamu müdahalelerinin azaltılmasını, dış ticaret serbestisini, özelleştirme uygulamalarını, ticaret engellerinin kaldırılmasını, ürün engellerinin kaldırılmasını, bölgesel sınırlamaların ortadan kaldırılmasını amaçlar. İhracata dayalı bir büyüme ile değişik mal, yeni bilgi, teknoloji ve fikirlerin uluslararası alanda yaygınlaşarak rekabet ve ölçek ekonomisi açısından ülkeler arası karşılaştırmalı avantajlardan yararlanma, teknoloji kaynaklı gelişme süreciyle teknolojik geliştirme, piyasaya dayalı ekonomik sistemlerin etkin işleyişini geliştiren muamele ve enformasyon kalitesindeki artışla önemli maliyet indirimleri sağlamaya yönelik çabalardan oluşur.

Finansal gelişmenin reel faiz oranları ile yakından ilgili olduğu düşüncesi Mc Kinnon-Shaw hipotezinden kaynaklanmaktadır. Hipotezin temeli, reel faiz oranlarındaki artış finansal tasarrufları, dolayısıyla yatırımların finansmanında kullanılacak fonları ve yatırımları artıracaktır. Mc Kinnon-Shaw'a göre; finansal gelişme ekonomideki yatırım hacmini ve ortalama yatırım verimliliğini artırmaktadır. Yüksek faiz oranları ile finansal büyüme ve ayrıca finansal büyüme ile Gayrisafi Yurt İçi Hasıla'nın büyüme oranı arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Bu çalışmada, finansal liberalizasyonun iç ve dış borç üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu incelenerek uygulama sonucunda oluşan veriler tablolar halinde yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Liberalizasyon, Liberal Politikalar, Türkiye'de Liberal Dönemin Tarihçesi, Finansal Liberalizasyon Önündeki Engeller, Türkiye'deki Liberal Partiler, Finansal Piyasalar, Finansal Liberalizasyonun Büyüme Üzerine Etkisi, Finansal Liberalizasyonun Kriz Üzerine Etkisi.

Turkey's Financial Liberalization Process and The Relationship Between The Debt

ABSTRACT

Liberalism, especially in the 1970s, the idea of self-renewal which made itself feel strongly didn't only remain in the field of ideas, but also moved to economic and political life. As an example in 1970 in England and in 1980 in America political teams with liberal ideas came to power. In other democratic countries the idea of liberalism began to be popular over the views of social democrats. At the end of 1980's significant transformations which

¹ Bu çalışma, KSÜ. SBE. İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans tezinin güncellenmiş bir halidir.

couldn't even be imagined a few years ago appeared, that is, liberalism and democracy revolution swept through the Eastern Block.

Globalization leads to the emergence of a new economic structure by going beyond the local and international borders worldwide, starting in 1970's. Trade liberalization aims at reduction of government interventions, freedom of trade, privatization process, the removal of trade barriers, the removal of barriers of products, and elimination of regional restrictions. The growth based on exports includes different commodities, new information, technology and economies of scale in terms of ideas between countries in international competition, widespread use of comparative advantages of a technology development process, technological development market-based economic systems, effective functioning of the improved quality of treatment and efforts to ensure significant cost reductions.

That financial development is closely related to the idea of real interest rates is due-to the Mc-Kinnon-Shaw's hypothesis. The basic of the hypothesis is that the increase in real interest rates will also increase financial savings and accordingly funds used to finance investments and your investments. According to Mc Kinnon shaw financial development will increase avarage investment volume and its efficiency in the economy. There is a positive relationship between high interest rates on financial growth and the growth rate of Gross Domestic Product.

Keywords: Financial Liberalization, Liberal Policies, History of the Liberal Era in Turkey, Barriers to Financial Liberalization, Liberal Parties in Turkey, Financial Markets, The Effect of Financial Liberalization Growth, The Effect of Financial Liberalization Crisis.

The Determinants of Bank Liquidity Risk: Empirical Evidence From Turkish Banks – 380

Asst. Prof. Dr. Emrah DOĞAN

Istanbul Gelişim University, İİSBF
emdogan@gelisim.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Onur ÖZDEMİR

Istanbul Gelişim University, İİSBF
onozdemir@gelisim.edu.tr

ABSTRACT

Liquidity risk is one of the significant risks encountered in the banking sector and indicates that the bank to meet its obligations to creditors and depositors and fund investments. So, it's important to investigate its determinants. This paper aims to analyze the determinants of the liquidity risks in Turkey for the period 2007:Q2-2018:Q3. Our study concern to capture the effects macroeconomic variables and banks performance variables on Turkish banks liquidity, thus we have selected the most appropriate variables to define determinants of Turkish banks liquidity risks. Liquidity risk was measured by liquid asset ratio while financial performance by return on equity(ROE), net interest rate margin (NIM) and macroeconomic performance by gdp growth rate, inflation rate. In this context, the relationship between based on selected the variables was examined by ARDL Bound Test approach. The empirical results show that Turkish bank's liquidity risk is determined by return on equity(ROE), net interest rate margin (NIM) and gdp growth rate. Findings indicate that return on equity(ROE) and gdp growth rate are positively associated with Turkish bank liquidity risk while net interest rate margin (NIM) is negatively associated with liquidity risk. On the other hand inflation rate does not have a significant impact on Turkish bank liquidity risk.

Keywords: Liquidity Risk, Turkey, ARDL

Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Kuruluş Yeri Kararı: Atatürk Üniversitesi Girişimcilik Ofisi Örneği – 381

Assoc. Prof. Dr. Ersin KARAMAN

Atatürk University, FEAS
ersinkaraman@atauni.edu.tr

Esra ÖZMEN

Atatürk University, SBE-YBS
ozmenesra25@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Atatürk Üniversitesi yerleşkesinde açılması planlanan girişimcilik merkezine yönelik kuruluş yeri kararının çok kriterli karar verme yöntemleri ile belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda karar verme aşamalarından; problemin belirlenmesi, istihbarat toplanması, tasarımın yapılması, seçimin gerçekleştirilmesi ve uygulanması adımları temel alınmıştır. Problemin belirlenmesi aşamasında teknoloji geliştirme bölgesinin ihtiyacı dikkate alınmıştır. Temel problem teknoloji geliştirme bölgesinde girişimcilik merkezi olmasına rağmen, özellikle algısal uzaklığın bu hizmeti öğrencileri ve akademisyenlere etkili bir şekilde ulaştırılmasının maliyetinin yüksekliği. İstihbarat toplanması aşamasında temel öğeler olan çevre, raporlar, karşılaştırmalar, sorgular, veri toplama yöntemleri kullanılarak problem daha anlaşılır hale getirilmiştir. Özellikle girişimcilik konusu ile ilgili en az 5 yıl deneyimi olan uzmanlar ile görüşmeler yapılarak karar sürecinin nitelikleri belirlenmiştir. Tasarım aşamasında yine uzmanlar tarafından aktarılan görüşler dikkate alınarak Atatürk Üniversitesi kampüsü içerisinde 4 alternatif belirlenmiştir. Alternatiflerin seçimine yönelik ise AHP ve TOPSIS yöntemleri uygulanmıştır. Seçimin gerçekleştirmesi aşamasına yönelik farklı metotlardan elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir. Bu çalışma kapsamında uygulama aşaması gerçekleştirilmemiştir. Sonuç olarak; nicel ve nitel verilerin dikkate alındığı kuruluş yeri kararı süreçlerinde, çok kriterli karar verme yöntemlerinin kullanılmasına yönelik girişimcilik bağlamında bir örnek sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Karar destek sistemleri, Çok kriterli karar verme yöntemleri, AHP, TOPSIS

Location Decsion Making With Multicriteria Decision Making Methods: The Sample of Atatürk University Entrepreneurship Office

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the location of the entrepreneurship center which is planned to be opened on Atatürk University campus by multi-criteria decision making methods. The decision-making stages for this purpose; determining the problem, gathering intelligence, design, selection and implementation of steps are taken as basis. The need for the technology development zone has been taken into account in determining the problem. Although the main problem is the center of entrepreneurship in the technology development zone, it is the high cost of the perceptual distance that should be effectively delivered to students and academics. The problem was clarified by using environment, reports, comparisons, queries and data collection methods which are the main elements of intelligence gathering. In particular, interviews were made with experts who have at least 5 years of experience in the field of entrepreneurship and the qualifications of the decision process were determined. At the design stage, 4 alternatives were determined within the campus of Atatürk University considering the opinions given by the experts. AHP and TOPSIS methods were applied to the selection of alternatives. The results obtained from different methods for performing the selection were evaluated. Implementation phase could not be performed within the scope of this study. As a result; The location decision, where quantitative and qualitative data is taken into account, is an example of the use of multi-criteria decision-making methods in the context of entrepreneurship.

Keywords: Decision support systems, Multi-criteria decision making methods, AHP, TOPSIS.

Karnavalesk Bir Roman Olarak Mevlüt Süleymanlı'nın *Göç* Romanı – 382

Assoc. Prof. Dr. Gülsemin HAZER

Sakarya University
ghazer@sakarya.edu.tr

ÖZET

Azerî yazar Mevlüt Süleymanlı'nın 1984 yılında yayımlanan *Göç* (Köç) romanı Karakelle soyunun uzun tarihini, soyun önemli kişilerinin hayatlarına odaklanarak anlatır. Bu çalışmada, *Göç* romanı Mikhail Bakhtin'in karnaval kuramı bağlamında incelenmiştir. Anlatının merkezine bir soyun nesiller boyunca öne çıkan kişilerinin konulmuş olması, klasik roman akışını bozduğu gibi, romanda farklı seslerin duyulmasına da imkân verir. Anlatı örgüsünü oluşturan dramatik aksiyon boyunca göçerlikten yerleşik hayata geçen Karakellelerin efsanevi tarihlerinde olağandışı kabul edilebilecek birçok olay yaşanır. Kurmaca kişilerin yaratılıştan getirdikleri tuhaf huy ve davranışları kadar, yaşadıkları gerçeküstü olaylar da metne yer yer masalsı, mitolojik bir gerçeklik katar. Düşler, büyüler ve olağanüstülükler içinde akan hayat çok renkli bir dünyayı romana taşır. Anlatı örgüsündeki çoğulluk ve karmaşayla *Göç*, Mikhail Bakhtin'in karnavalesk roman için belirlediği birçok özelliği bünyesinde taşımaktadır. Ölüm/doğum/yenilenme, delilik/akıllılık gibi karşıtlıkları; düğün, şölen gibi imgeleri kullanan roman bu bakımından karnavalesk bir roman olarak değerlendirilebilir. Ayrıca romanda farklı bir gerçeklik algısıyla fantezinin kullanılmış olması da anlatının karnavalesk bir yapı taşıdığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Göç*, Karnavalesk Roman, Diyaloji, Grotesk Gerçeklik.

The *Göç* (Migration) Novel by Mevlüt Süleyman As a Carnavalesque Novel

ABSTRACT

Azerbaijani writer Mevlüt Süleymanlı's *Göç* (Migrations) novel that has been published in 1984, tells long history of Karakelle generation and focus important people's life of this generation. In this work, the *Göç* (Migration) novel was examined in the context of Mikhail Bakhtin's "carnival theory". A generation's important people placed at the center of the narrative. This situation is quashed the flow of classic novel. But it allows to hear different sounds in the novel. Throughout the dramatic action that is constituent narrative pattern, experienced many unusual events in Karakelleler's mythical history who are changed to resident life from nomadism. The fictional people's strange habit and behaviours that from creation and the surreal events, add fairytale and a mythological reality. The life that is continued in dreams, spells and hugenesses, transport a multicolored world to the novel with the plurality and complexity in narrative pattern the *Göç* (Migration), is carried on site many features that Mikhail Bakhtin determined for carnivalesque novel. This novel was used oppositions like death/birth/regeneration, madness/ wisdom and imageries like wedding/ feast. From this point the novel can be appreciated as a carnivalesque novel. Also, in the novel was used a different perception of reality with fantasy. In this respect the novel is acceptable as a carnivalesque novel.

Keywords: *Göç* (Migration), Carnavalesque Novel, Dialogy, Grotesque Realism.

Örgüt Kültürü ve İş Tatmini Arasındaki İlişkide Demografik ve Sektörel Değişkenlerin Rolü: Kamu ve Özel Sektör Havacılık Çalışanlarında Bir Araştırma – 383

Dr. İnan ERYILMAZ

Maltepe Üniversitesi
inaneryilmaz@maltepe.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, diğer sektörlerle kıyasla özgün değerlere sahip, formel ve informal ağlarla örülmüş, yazılı olmayan kuralları ve sembolleri olan havacılık sektörü çalışanlarının, örgüt kültürüne (klan, hiyerarşi, pazar ve adhokrası) dair algılarını belirlemek ve bu algılarının iş tatminlerine olan varsayılan ilişkisini sınamaktır. Ayrıca, havacılık çalışanlarının, sektörel farklılıkları ve demografik değişkenlerinin varsayılan ilişkide etkisini görmektir. Bu amaç doğrultusunda İstanbul'da faaliyet gösteren 174 kamu ve özel sektör çalışanına, kolayda örneklem yöntemi kullanılarak ulaşılmış, örgüt kültürü ve iş tatmini ölçekleri ile demografik değişkenleri içeren araştırma soruları yöneltilmiştir. Araştırma bulgularına göre, kamu sektörü havacılık çalışanları, örgütlerinde klan, adhokrası ve pazar kültürü tiplerine kıyasla hiyerarşi kültürü algısının daha yüksek algıladıkları, özel sektör havacılık çalışanlarının ise klan kültürü algısının daha yüksek olduğu görülmüştür. Örgüt kültür ve iş tatmini arasındaki ilişki değerlendirildiğinde ise en yüksek olumlu yönde ilişki her iki sektör için klan ve adhokrası kültürü ile iş tatmini arasında gerçekleştiği, en düşük ilişkinin ise hiyerarşi ve pazar kültüründe gerçekleştiği görülmüştür. Araştırma bulguları ilgili literatürden hareketle tartışılmış, sektör yöneticileri ve araştırmacılar için birtakım öneriler sıralanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgüt Kültürü, İş Tatmini, Havacılık Sektörü.

The Role of Demographic and Sectoral Variables in The Relationship Between Organization Culture and Job Satisfaction: A Research on Public and Private Sector Aviation Employees

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the organization culture (clan, hierarchy, market and adhocracy) within the context of aviation sector employees with their unwritten rules and symbols, unique values, formal and informal networks and to test the potential relationship of the culture perceptions with job satisfaction. In addition, the study investigates the effects of sectoral differences and demographic variables in the assumed relationship. For this purpose, 174 public and private aviation sector employees working in Istanbul were contacted using convenience sampling, and they were asked to fill in a questionnaire form including organizational culture and job satisfaction scales and demographic information. According to research findings, it is observed that the perception of hierarchy culture is higher in public sector organizations compared to clan, adhocracy and market type of organization culture while private sector aviation employees have higher perceptions of clan culture. When the relationship between organization culture and job satisfaction was evaluated, the highest positive relationship was observed between clan and adhocracy culture and job satisfaction for both sectors, and the smallest relationship was observed in terms of hierarchy and market culture. The findings of the research are discussed with reference to the relevant literature, and some recommendations for sector managers and researchers are listed.

Keywords: Organization Culture, Job Satisfaction, Aviation Organizations.

Havacılık Örgütlerinde Olumlu Emniyet Kültürünün Yaratılmasında İlk Adım: Havacılık Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma – 384

Asst. Prof. Dr. Şener ODABAŞOĞLU

Maltepe University
senerodabasoglu@maltepe.edu.tr

Örgüt kültürünün içerisinde yer alan emniyet kültürü, emniyetin sürekli olarak olumlanması ve buradan hareketle geliştirilmesini tanımlayan olumlu emniyet kültürü kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Güçlü bir emniyet kültürü, hataların nedeninin ortaya çıkartılması ve önlenmesi için imkân sağlamaktadır. Bu nedenle havacılık gibi emniyetin birinci öncelik olduğu sektörlerde olumlu emniyet kültürünün yaratılması ve sürdürülmesi hayati öneme sahiptir. Bu amaçla yöneticiler ile sektöre iş gücünü yetiştiren havacılık okulları, olumlu bir emniyet kültürünün bileşenleri olan, raporlama, bilinç, öğrenme ve adalet kültürünün oluşmasına zemin hazırlamalıdır.

Bu çalışmanın amacı, havacılık sektörünün nitelikli insan gücü olmaya aday sivil havacılık meslek yüksek okulu 2. sınıf öğrencilerinin olumlu emniyet kültürünün bir bileşeni havacılık emniyet bilincine dair fikirlerini değerlendirmektir. Bu çerçevede Maltepe Üniversitesi meslek yüksek okulu sivil havacılık kabin hizmetleri, sivil hava ulaştırma işletmeciliği ve uçak teknolojileri bölümünden 15 öğrenciye emniyet kültürü ölçeği ve ilgili literatürden hareketle hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Toplanan veriler kodlanmış, Nvivo nitel analiz program aracılığıyla analize tabi tutulmuştur. Araştırma sonuçları ilgili literatürden hareketle tartışılmıştır. Çalışma bulgu ve sonuçlarına tam metin bildiride yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Emniyet Kültürü, Havacılık Örgütleri, Havacılık Öğrencileri

A First Step in Creating Positive Safety Culture in Aviation Organizations: A Research on Aviation Students

ABSTRACT

The safety culture within the organizational culture has led to the emergence of the concept of positive safety culture, which defines the continuous affirmation and improvement of safety. A strong safety culture provides the opportunity to identify and prevent the causes of errors and failures. Therefore, it is vital to create and maintain a positive safety culture in sectors such as aviation where safety is a top priority. To this end, the aviation schools that train the manpower and labor force in the sector should provide the basis for the formation of a culture of reporting, consciousness, learning and justice which are the components of a positive safety culture.

The aim of this study is to identify and evaluate the views and perceptions of aviation safety awareness- a component of the positive safety culture- of 2nd grade civil aviation students. In this context, 15 students from Maltepe University Vocational High School Civil Aviation Cabin Services, Civil Aviation Management and Aircraft Technologies Department were subjected to a semi-structured interview consisting of questions based on safety culture scale and relevant literature. The collected data were coded and analyzed through Nvivo qualitative analysis program. The results of the research are discussed with reference to the related literature. The findings and results of the study will be provided in the full text report.

Keywords: Culture, Safety Culture, Aviation Organizations, Aviation Student

Sosyo-Kültürel Yapının Mimariye Yansıması; Lefke Örneği – 385

Asst. Prof. Dr. M. Selen Abbasoğlu ERMIYAGİL

European University of Lefke
sabbasoglu@eul.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Cemaliye Sunalp GÜRÇINAR

European University of Lefke
csunalp@eul.edu.tr

ÖZET

Konut, toplumların en küçük birimi olan ailelerin, temel gereksinimlerinin, fizyolojik (fiziksel), sosyolojik (sosyal) kültürel ihtiyaçları doğrultusunda gelişmiş olan mekanlardır. Bu mekanlar aynı zamanda yapı çevrenin en temel elemanlarıdır. Yapı çevrenin önemli elemanlarından olan bu mekanlar kullanıcıların sosyal, kültürel ve ekonomik durumlarına bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir. Geleneksel konut kullanıcıları ihtiyaçları doğrultusunda yaşadıkları konutların özelliklerine uyum sağlamış ve bu özelliklere bağlı olarak gündelik alışagelmiş eylemler geliştirmiştir. Günümüzde konut kullanıcılarının ihtiyaçlarına, sosyo kültürel alışkanlıklarına bağlı olarak, gerek planlama, gerekse biçimsel yönde geleneksel konutlarda da değişimin etkisi gözlemlenmektedir. Geleneksel konutlara bilinçli veya bilinçsiz olarak müdahale edilirken yapıların orijinalliklerini yitirmeye başladığı görülmektedir. Dünyada yaşanan bu sorunlar Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde bulunan geleneksel konutların bulunduğu bölgelerde de görülmektedir. Farklı kültürleri geleneksel dokusunda yaşatan ve birçok geleneksel konuttan oluşan tarihi dokusuyla özgün niteliklerini günümüzde koruyan yerleşim yerlerinden biri ise Lefke kentidir. Bölgede konumlanan İngiliz dönemi konutları, Osmanlı konakları, bölgenin geleneksel kimlik dokusunu oluşturmaktadır. Bu bağlamda Lefke geleneksel konutları çalışma alanı olarak belirlenmiştir. Bu noktadan hareketle çalışmanın amacı, geleneksel konut dokusunun geleceğe aktarılabilmesi için mevcut gelenekselkonut tipolojisinin saptanmasıdır. Çalışma kapsamında gerekli bilgiler literatür taraması ve fiziksel analiz yapılarak elde edilmiştir. Analiz sonucu elde edilen veriler ise geleneksel konutlardaki değişimin mevcut dokuyla uyumlu bir şekilde devam ettirilmesine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Konut, Sosyo Kültürel Yapı, Tipoloji, Kimlik, Lefke

Reflection Of Socio-Cultural Structure On Architecture; A Case Study On Lefke

ABSTRACT

House is a space which has developed with respect to basic needs, physiological (physical), sociological (social) and cultural needs of families, the smallest unit of societies. One of the most important elements of the built environment, these spaces may vary in respect to social, cultural and economic status of the users. Vernacular house users have complied with the characteristics of the houses they live in based on their needs and, developed a daily routine based on these characteristics. Today, it is observed that there has been a change in planning and shape of Traditional houses in accordance with the needs and socio-cultural habits of house users. Loss of originality has been identified in buildings due to conscious or unconscious interventions in vernacular houses. These world problems are also experienced in the regions where vernacular houses are located in the Turkish Republic of Northern Cyprus. One of the residential areas that has different cultures in its traditional texture and preserved unique characteristics with its historical texture of various vernacular houses until today is Lefke. Houses built under the British Colony, and Ottoman Mansions create the Traditional identity of the region. In this regard, Vernacular houses of Lefke are identified as the study area. From this point forth, the aim of the study is to determine the existing vernacular house typology to carry vernacular house texture into the future. Background information has been acquired through literature review and physical analysis. Analysis data have introduced proposals for the continuation of the change in vernacular houses in harmony with the existing texture.

Keywords: Vernacular House, Socio-Cultural Structure, Typology, Identity, Lefke.

Görsel İletişim Yolu Olan Arttırılmış Gerçeklik Uygulamalarında Görsel Unsurların Kullanımı: Çocuk Kitapları Örneği – 386

Asst. Prof. Dr. Emel BİROL

Istanbul Gedik University, Faculty of Fine Arts and Architecture,
Department of Visual Communication Design
emel.biol@gedik.edu.tr

Inst. Ayşe İRİ

Istanbul Gedik University, HS
Graphic Design Program
ayse.iri@gedik.edu.tr

ÖZET

İlgi ve merakın yoğun olduğu çocukluk döneminde görme ve öğrenme arasında yakın bir bağ vardır. Günümüzde öğrenme sürecinde özellikle soyut kavramların somutlaştırılarak çocuklara aktarılmasında arttırılmış gerçeklik uygulamalarının güçlü etkisi bilinmektedir. Dünyada arttırılmış gerçeklik birçok alanda kullanıldığı gibi eğitim alanında da devrim yaratmıştır. Özellikle çocuk kitaplarında arttırılmış gerçeklik, çocukların durağan resim ve yazılarla takip ettikleri sayfaların bir anda canlanmasını sağlayarak çocuklar için heyecan verici bir teknoloji halini almıştır. Bu nedenle arttırılmış gerçeklik destekli uygulamalarda görsel unsurların doğru kullanımı, çocuğun okuma isteğini arttırırken, güzellik beğenisini geliştirerek sanat zevkinin de oluşmasını sağlar.

Bu çalışmanın amacı, arttırılmış gerçeklik teknolojisinin tasarım alanında yer edinmesini desteklemek, çocuk kitapları tasarımında alternatif bir teknoloji olarak kullanılması için arttırılmış gerçeklik uygulamalarını incelemektir. Ayrıca arttırılmış gerçeklik ile hazırlanmış çocuk kitaplarında görsel unsurların kullanımının, çocuklarda dikkati canlı tutup, ilgiyi arttırarak, öğrenmeyi ne derecede kolaylaştırdığını tespit etmek amacıyla öğretimde yardımcı bir materyal oluşturmaktır. Bu amaç doğrultusunda dünyada arttırılmış gerçeklik teknolojisi kullanılarak yapılan çocuk kitaplarından bilimsel bir çözümleme yöntemi olan “seçme” yöntemi ile örneklem oluşturulmuştur. Örneklem üç çocuk kitabı üzerinden yapılmış; kitabın kapak ve sayfalar arasındaki akışına kadar tasarımı oluşturan tüm görsel unsurların incelenmesi ve değerlendirilmesi şeklinde bir metod belirlenmiştir. Araştırma, arttırılmış gerçeklik uygulamalarının çocuk kitaplarında görsel unsurların nasıl olması gerektiği konusunda önemlidir. Nitel bir araştırma özelliği taşıyan bu çalışma, Türkiye’de arttırılmış gerçeklik uygulamaları ile yapılan çocuk kitaplarının az sayıda olmasından dolayı alan yazına önemli katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Arttırılmış Gerçeklik, Çocuk kitapları, Tasarım unsurları,

Visual Communication Path in Augmented Reality Applications Use of Visual Elements: Example of Children's Books

ABSTRACT

There is a close Increased reality, especially in children's books, has become an exciting technology for children by providing a timely revival of the pages followed by children with static pictures and writings. For this connection between vision and learning in childhood where interest and curiosity is intense. Nowadays, the powerful effect of the applications of increased reality is known in the process of learning especially in the transfer of abstract concepts to the children. Increased reality in the world has revolutionized the field of education as it is used in many areas. reason, the correct use of visual elements in the augmented reality-supported applications increases the desire of the child to read, and improves the taste of beauty and creates the taste of art.

The aim of this study is to examine the applications of augmented reality in order to support the use of augmented reality technology in the design field and to use it as an alternative technology in the design of children's books. In addition, the use of visual elements in children's books prepared with augmented reality is to create an auxiliary material in teaching in order to determine the degree to which children can ease their learning by keeping attention alive and increasing interest. For this purpose, sampling has been created by using selection method which is a scientific analysis method which is made from children's books using the augmented reality technology in the world. The sampling was done through three children's books; A method has been determined in the form of examination and evaluation of all the visual elements that make up the design of the book between the cover and the pages. The research is important about how visual elements should be in the children's books of augmented

reality practices. A qualitative research study which this feature augmented reality applications with the children's book made an important contribution to the literature may be due to the small number in Turkey.

Keywords: Augmented Reality, Children's books, Design elements,

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa
**Türkiye’deki Girişimcilik Faaliyetlerinin Analizi: Küresel Girişimcilik
Endeksi Üzerine Bir İnceleme – 387**

Asst. Prof. Dr. Özlem YAŞAR UĞURLU
Gaziantep University, FEAS
yasar@gantep.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ
Izmir Demokrasi University, FEAS
duygu.kizildag@idu.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik, ekonomik kalkınma, büyüme, yenilik ve istihdam yaratma konusunda yarattığı etkiler nedeniyle ülkeler açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle ülkeler girişimciliğin teşviki ile ilgili olarak çeşitli programlar ve projeler hazırlamakta, girişimcilik ile ilgili istatistiksel göstergeleri düzenli olarak takip ederek, raporlar yayınlamaktadır. Ülkelerin yayınladıkları raporların yanında, global ölçekte kapsamlı raporlar da hazırlanmaktadır. Örneğin, bazı ülkelerin neden diğerlerinden daha “girişimci” olduğunu araştırmak amacıyla bir proje olarak ortaya çıkan Küresel Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Monitor - GEM), ülkeleri belirli kriterler çerçevesinde değerlendirerek, girişimcilik faaliyetleri ile ilgili kapsamlı global raporlar sunmaktadır (<https://gemconsortium.org/about/gem>). Endekste ülkelerdeki bireylerin girişimci davranış ve tutumları ile ulusal bağlamın girişimcileri nasıl etkilediğine bakılmaktadır. Ülkelerin girişimcilik faaliyetlerindeki farklılıkları araştıran farklı çalışmalarda da, özellikle ekonomik göstergeler üzerinden karşılaştırma yapıldığı ve Küresel Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) verilerinin kullandığı görülmektedir (Blau, 1987; Evans ve Leighton, 1989; Sternberg ve Wennekers, 2005; Van Stel ve diğerleri, 2005). Türkiye’deki girişimcilik faaliyetlerine etki eden temel dinamiklerin neler olduğunu belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada, girişimcilik potansiyeli yüksek olarak değerlendirilen Türkiye’deki girişimcilik faaliyetleri 2006-2018 yılları arasındaki göstergeler dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Küresel Girişimcilik Endeksinin web sayfasında yer alan ve 2006-2018 yıllarını kapsayan veri tabloları karşılaştırmalı olarak incelenmiş, endeks kapsamına 2006 yılında dahil olan Türkiye’de farklı yıllarda girişimcilik faaliyetlerine etki eden değişkenler olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Faaliyetleri, Küresel Girişimcilik Endeksi, Türkiye.

The Analysis of Entrepreneurial Activity in Turkey: A Study on Global Entrepreneurship Monitor

ABSTRACT

Entrepreneurship is of great importance for countries due to the effects of economic development, growth, innovation and employment creation. For this reason, countries design various programs and projects related to the encourage of entrepreneurship, also regularly follow statistical indicators and publish reports. In addition to the reports published by the countries, comprehensive reports are prepared on a global scale. For example, the Global Entrepreneurship Monitor (GEM), which has emerged as a project to investigate why some countries are more entrepreneur than others, provides comprehensive global reports on entrepreneurship activities (<https://gemconsortium.org/about/gem>). In this monitor, the entrepreneurial behaviors and attitudes of individuals and the national context which affects the entrepreneurs are examined. In different studies investigating the differences in entrepreneurship activities of countries, it has seen that especially the economic indicators are compared and the data of Global Entrepreneurship Monitor is used (Blau, 1987; Evans & Leighton, 1989; Sternberg & Wennekers, 2005; Van Stel et.al., 2005). This study aims to determine the fundamental dynamics of the impact on entrepreneurial activity in Turkey through the data of GEM. In this context, entrepreneurial activity in Turkey was analyzed as the indicators between the years 2006-2018 in GEM report. The data tables of indicators in the web page of monitor which covers the 2006-2018 are examined comparatively. As a result, it has seen that there are variables affecting entrepreneurship activities in different years in Turkey.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Activities, Global Entrepreneurship Monitor, Turkey.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Makroekonomik Göstergelerin Merkez Bankası Karlılığına Etkisi: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ve Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) Merkez Bankası Karşılaştırması Üzerine Bir Çalışma – 388

Kenan ŞAHİN

European University of Lefke
kenan.sahin1974@gmail.com

Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI

European University of Lefke
osafakli@eul.edu.tr

ÖZET

Merkez bankalarının statüleri, yapıları ve görevleri ülkeden ülkeye değişse de; son elli yılda para politikalarının uygulanmasında ve ekonomik istikrarın sağlanmasında en önemli kurumlar oldukları gerçeği değişmemektedir. Bu önemli fonksiyonları sebebiyle birçok akademik çalışmaya konu edilen merkez bankalarının kar/zararını etkileyen faktörler üzerine yapılmış çalışma ise yok denecek kadar azdır.

Bu çalışmada, makroekonomik göstergeler ile merkez bankası kar/zararı arasındaki ilişkiye yönelik teorik çerçeveye ve karşılaştırmalı uygulamaya yer verilmesi planlanmaktadır. KKTC ve GKRY'nin 1998-2018 dönemi verilerinin istatistiksel yöntemlerle değerlendirilmesi sonucu merkez bankası kar/zararını en çok etkileyen makroekonomik göstergelerin tespit edilmesi, iki ülke arasındaki benzerlik ve farklılıkların belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Merkez Bankası, Merkez Bankası Kar/Zararı, Makroekonomik Göstergeler, Regrasyon Yöntemi.

The Effect Of Macroeconomic Indicators On The Central Bank's Profitability: A Study On The Central Bank Of The Turkish Republic Of Northern Cyprus (TRNC) And The Central Bank Of The Southern Cyprus

ABSTRACT

Even though the status, structure and duties of central banks vary from country to country; the fact that they are the most important institutions in the implementation of monetary policies and ensuring economic stability in the last fifty years do not change. Despite these important functions, the academic studies examining the factors affecting the profit / loss of the central banks are almost negligible.

In this study, the main aim is to make comparative analysis in relation to theoretical framework of the relationship between macroeconomic indicators and central bank profitability. The aim of this study is to determine the macroeconomic indicators that affect the central bank's profitability as a result of the statistical analysis of the period between 1998-2018 and to determine the similarities and differences between the two countries.

Keywords: Central Bank, Central Bank Profitability, Macroeconomic Indicators, Regression Method.

Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma – 389

Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR
Harran University, Hilvan HS
rojda.nur@harran.edu.tr

Res. Assist. Erkan NUR
Harran University, FEAS
erkan.nur@harran.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN
Harran University, FEAS
baranarslan@harran.edu.tr

ÖZET

Küreselleşme ile birlikte işletmelerde esnek üretim süreci, yeni yönetim anlayışları, işletmeler arası stratejik işbirlikleri meydana gelmiş ve tüm bu gelişmeler de uluslararası pazarlarda rekabetin artmasına yol açmıştır. Bu değişimler girişimcilik kavramını da atak olma, üretim faktörlerini bir araya getirme ve risk alma gibi basmakalıp faaliyetlerden uzaklaştırarak kapsamını oldukça genişletmiştir. Günümüzde girişimcilik anlayışı, dünyayı bir pazar olarak görme, küresel fabrikalar oluşturma, finans kaynaklarında çeşitlilik yaratma ve her alanda yenilikçi ve yaratıcı olmayı kapsamaktadır. Girişimci kişi ise, doğuştan ve sonradan kazanılan bir takım özelliklere sahip olan kişidir. Kişilerin sonradan kazandıkları bu özellikleri ile girişimcilik eğilimi gösterdiklerini söylemek mümkündür. Bu çalışma ile amaçlanan girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışmaya yönelik hazırlanan anket, Harran Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin girişimci kişilik özelliği ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla, kolayda örnekleme yolu ile ulaşılan 400 öğrenciye uygulandı. Frekans analizi, faktör analizi, güvenilirlik analizi yapıldı. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için Shapiro Wilk-W Testi analizi yapıldı. Girişimci kişilik özelliği ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik Pearson Korelasyon analizi yapıldı. Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin girişimcilik kişilik özelliği alt boyutlarından risk alma, kendine güven, yenilikçilik, başarıya ihtiyacı duyma ve kontrol odağı boyutları ile girişimcilik eğilimleri arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Girişimci Kişilik Özellikleri.

A Study Of Ampiric Study to Determine the Relationship Between University Students 'Entrepreneurship Features and Entrepreneurship Trends

ABSTRACT

Along with globalization, flexible production process, new management approaches, strategic cooperation between enterprises have taken place and all these developments have led to an increase in competition in international markets. These changes have broadened the scope of entrepreneurship by taking away from stereotypical activities such as attack, production factors and taking risks. Nowadays, entrepreneurship understanding includes seeing the world as a market, creating global factories, creating diversity in financial resources and being innovative and creative in every field. An entrepreneur is a person who is born and has acquired some traits. It is possible to say that people have an entrepreneurial tendency with these features they gained later. The aim of this study is to determine the relationship between entrepreneurial personality traits and entrepreneurial tendency. The questionnaire, which was prepared for the study, was applied to 400 students who were easily reached by means of sampling in order to determine the relationship between entrepreneurial

personality traits and entrepreneurial tendencies of the students studying at Harran University. Frequency analysis, factor analysis, reliability analysis were performed. Shapiro Wilk-W Test analysis was performed to determine whether the data were normal distribution. Pearson Correlation analysis was conducted to determine the relationship between entrepreneurial personality traits and entrepreneurial tendencies. As a result of the analyzes, it has been concluded that there is a strong and positive relationship between the entrepreneurial personality trait sub-dimensions, risk taking, self-confidence, innovation, need to succeed, and locus of control dimensions and entrepreneurship tendencies.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency, Entrepreneur Personality Characteristics.

İş Yaşamında Yeni Neslin Ayak Sesleri: K Kuşağı – 390

Res. Assist. Erkan NUR

Harran University, FEAS
erkan.nur@harran.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN

Harran University, FEAS
baranarslan@harran.edu.tr

Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR

Harran University, Hilvan HS
rojda.nur@harran.edu.tr

ÖZET

Günümüzde bilim ve teknolojiye yaşanan hızlı değişim ve gelişmeler birçok alanda olduğu gibi işgücü piyasasında da önemli değişikliklere zemin hazırlamıştır. Klasik yaklaşım sürecinde insana fazla değer verilmemiş ve insan tıpkı bir makine gibi görülmüştür. Fakat neo-klasik ve sonrası dönemlerde insan unsuru farklı açılardan ele alınarak işletmelerin en önemli sermayesi olarak görülmüştür. Günümüzde ise işletmelerin yoğun rekabet ortamında hedeflerine ulaşabilmelerinde gerekli olan fiziksel ve finansal kaynaklara kıyasla insan kaynakları daha önemli bir yer tutmaktadır. 21. yüzyıl iş dünyasında insan kaynağına sahip olmak tek başına yeterli olmayıp, var olan insan kaynaklarının bilim ve teknolojiye yaşanan hızlı değişime ne kadar adapte olduğu da önem arz etmektedir.

Bugün iş yaşamında X ve Y kuşaklarına ek olarak son yıllarda kendinden söz ettiren yeni bir nesil olan K kuşağı da yer almaya başlamıştır. 1995-2002 yılları arasında doğan bireyleri incelemek için kullanılan bu kavramı, ilk olarak tanımlayan kişi Cambridge Judge Ticaret Üniversitesi profesörü Noreena Hertz'dir. K kuşağı ismini, "Hunger Games" film serisinin ana karakteri olan, (K)atniss Everdeen'nin isminin baş harfinden almaktadır. Teknolojik açıdan fazlasıyla ilerlemiş bir dünyaya gözlerini açan K kuşağı bireyleri X ve Y kuşağı bireylerinin aksine teknolojinin insan hayatını nasıl değiştirdiğini gözlemlemek yerine, bu ileri teknolojiyi iş hayatında nasıl kullanacaklarına odaklanmaktadır. Ayrıca bu jenerasyon, teknolojiye hayran kalma ve şaşırma aşamalarını çoktan geçmiş olup, dijital çağdan önceki dönemleri hatırlamadıklarından dolayı teknolojiyi hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olarak görmekte ve aktivitelerinin çoğunu dijital ortamda gerçekleştirmektedir. Hertz bu nesli yaratıcı, üretici ve mucit olarak tanımlamaktadır. Çünkü bu nesil sadece satın almakla yetinmeyip, aynı zamanda tasarlama ve yaratma sürecinin de bir parçası olup tükettikleri ürün, hizmet ve medyaya kendi damgalarını vurmak istemektedir. En büyüğünün 24 yaşında, en küçüğünün ise 16 yaşında olduğu K kuşağı bireylerinin bir kısmı, şu an iş yaşamında seslerini duyurmaya başlamışlardır. 2020 yılı itibarı ile tüm K kuşağı bireyleri ise aktif iş gücünün bir parçası olacaklardır.

Yapılan bu çalışmada, diğer kuşaklara kıyasla özel bir dönemi temsil eden ve sloganları “*yaratıcılık, sadece tüketici değil aynı zamanda üretici ol*” olan bir neslin iş yaşamında meydana getirecekleri katkılar incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: K Kuşağı, Teknoloji, İş Yaşamı

Footsteps Of The New Generation In Business: Generation K

ABSTRACT

Nowadays, rapid changes and developments in science and technology have paved the way for significant changes in the labor market as in many other areas. In the classical approach process, the human being, who was not valued, was seen as a robot. However, in the neo-classical and post-modern periods, the human element has been considered as the most important capital of the enterprises. Nowadays, human resources have a more important place compared to physical and financial resources which are necessary for the enterprises to reach their targets in a highly competitive environment. It is important not only to have human resources in the 21st century business world, but also to what extent the existing human resources adapt to the rapid change in science and technology.

Today, in addition to the X and Y generations, K generation, which is a new generation, has started to take its place in business life. Noreena Hertz, professor of Cambridge Judge University of Commerce, was the first to describe this concept, which was used to study individuals born between 1995 and 2002. Generation K is based

on the initials of the name of (K)atniss Everdeen, the main character of the film series "Hunger Games". Like every generation, this generation has its own characteristics. The K generation, which opens its eyes to a world that is technologically advanced, focuses on how to use this advanced technology instead of observing how people change the life of the people unlike the generation X and Y generations. Moreover, this generation of technology has already passed the stages of admiration and surprise, and because they do not remember the previous eras of the digital age, they see technology as an indispensable part of their lives and most of their activities are realized in digital environment. Hertz describes it as a creator, producer and inventor. Because this generation is not only about purchasing but also wants to strike its own stamps on the products, services and media that they are part of in the process of designing and creating. Some of the K generation individuals, who are 24 years old and the youngest one is 16 years old, have started to make their voices heard in business life. As of 2020, all K generation individuals will be part of the active labor force.

In this study, the contributions of a generation who represent a special period compared to other generations and whose slogans are *"creativity, not only consumers but also producers"* will be examined.

Keywords: Generation K, Technology, Business Life.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa
**Gönüllülük Faaliyetine Katılan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik
Düzeyleri ve Girişimcilik Faktörleri Arasındaki İlişki – 391**

Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ

Pamukkale University
yaekmekci@pau.edu.tr

Özlem IŞIK İNAN

Pamukkale University
ozlemisikinan@gmail.com

ÖZET

Ulusal düzeyde her yıl farklı ilde Basketbol, Futbol, Voleybol, Ayak tenisi, Cimnastik, Atletizm, Hentbol, Okçuluk, Dağ bisikleti ve Yüzme gibi branşlarda genç sporcuları bir araya getiren Koç Spor Fest organizasyonunun 2017 finalleri Pamukkale Üniversitesi'nde düzenlenmiştir. Bu spor organizasyonunda gönüllü olarak görev alan üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin faktörler bazında ölçülmesi, değerlendirilmesi ve bu faktörler arasındaki ilişkinin incelenmesi çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Alanyazın incelemesi yapıldığında üniversite öğrencileri aldıkları eğitimler nedeni ile potansiyel girişimciler olarak görülmektedir. Gönüllülük herhangi bir parasal karşılık olmaksızın aidiyet duygusuyla, yararlı olma isteğiyle ve özgür iradeyle yapılmaktadır. Bu doğrultuda ulusal çaplı bir organizasyonda gönüllü olarak görev alan üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri ve özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Nicel desenli bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan anket formu Solmaz ve arkadaşlarının (2014) “Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması” çalışmasından alınarak sporda gönüllü öğrenciler için uyarlanmıştır. Hazırlanan anket Koç Spor Fest 2017 etkinliğinde gönüllü olarak görev alan 375 Pamukkale Üniversitesi öğrencisine Google anket formatında mail ve mesaj yolu ile gönderilmiştir. Elde edilen 201 veri istatistik analiz programı ile betimsel analizlere, faktör ve korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Araştırma bulgularına göre; Koç Spor Fest organizasyonunda gönüllü olan öğrencilerin girişimcilik ortalamalarının yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Gönüllü öğrencilerin girişimci özellikleri yenilikçilik, kararlılık, başarıma arzusu (hırs), yaratıcılık ve kendine güven olarak beş faktörde toplanmıştır. Faktörler arasında $p < 0,01$ anlamlılık düzeyinde orta düzeyde ilişki bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Gönüllülük, Koç Spor Fest, Üniversite Öğrencileri

Entrepreneurship Levels Of University Students Participating In Volunteering Activities And The Relationship Between Entrepreneurship Factors

ABSTRACT

The Koç Sports Fest organization, which brings together young athletes from different cities in branches such as basketball, football, volleyball, foot tennis, gymnastics, athletics, handball, archery, mountain biking and swimming is organized every year at the national level. Finals of Koç Fest was held in Pamukkale University in 2017. The aim of this study is to measure and evaluate the entrepreneurship characteristics based on factors of the university students involved in this sport organization and to examine the relationship between these factors. When the literature is reviewed, university students are considered as potential entrepreneurs because of the training they receive. Volunteerism is made with a sense of belonging without any monetary response, with the willingness to be useful and with free will. In this respect, entrepreneurship levels and characteristics of university students who volunteered as a national organization were tried to be determined. In this study with a quantitative pattern, survey method was used as data collection tool. The questionnaire was adapted from the study by Solmaz et al. (2014) Tourism Students' Entrepreneurial Personality Traits: An Empirical Research on Undergraduate Associate and Bachelor's Students. The questionnaire was sent via e-mail and message form to 375 Pamukkale University students who participated in Koç Sports Fest 2017 event. The data were analyzed by using statistical analysis program with descriptive analysis, factor and correlation analysis. According to the research findings; The entrepreneurship averages of students who volunteered in Koç Sports Fest organization were high. The entrepreneurial characteristics of volunteer students are gathered in five factors: innovation, determination, ambition, creativity and self-confidence. A significant relationship was found between the factors.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship, Koç Sport Fest, Volunteering, University Students

BİST’ de İşlem Gören Lokanta ve Otel İşletmelerinin Finansal Performans İncelemeleri: ÇKKV Araştırması – 393

Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ

Adnan Menderes University, Nazilli FEAS
ugumus@adu.edu.tr

Erkan ÇIBIK

Adnan Menderes University, SBE
erkancibik16@gmail.com

Res. Assist. Hatice CAN ÖZİÇ

Adnan Menderes University
haticecan88@gmail.com

ÖZET

Birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de işletmeler finansal performanslarına dikkat etmeyi önemli görmektedirler. Çünkü finansal performansları firmaların sürdürülebilirlikleri ve gelişmeleri açısından önem teşkil etmektedir. Bu durumda çalışmalarda finansal performans ölçümleri için birçok farklı alternatif kullanılabilir. İşletmeler kendileri için bu çalışmaları yaparken ayrıca araştırmacılar ve sektörlerde yatırım yapan yatırımcılar bu analizleri yaparak sonuçları ile kararlar alabilmektedirler. Oluşan rekabet ortamında herkesin karar alabilmeleri için alternatifler arasından belirli ölçeklerde seçim yapmaya olanak tanıyan çok kriterli karar verme yöntemleri sıklıkla kullanılmaktadır. Finansal performans analizleri birçok alanda birçok yöntemle gerçekleştirilebileceği gibi çok kriterli karar verme yöntemleri ile de bu analizler ve sıralamalar yapılabilir.

Bu çalışmada çok ölçekli karar verme yöntemlerinde TOPSIS, MOORA ve VIKOR yöntemleri kullanılarak finansal performans analizleri ve sıralamaları oluşturulmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında verileri süreklilik arz eden Borsa İstanbul’da işlem gören Lokanta ve Otel sektöründeki işletmelerin finansal rasyoları 2016, 2017, 2018 finansal tabloları kullanılarak hesaplanmış, uygulama için sıralamalar TOPSIS, MOORA ve VIKOR yöntemleri kullanılarak yapılmıştır. Sıralama sonuçları karşılaştırılmış ve uygulanan yöntemlerin bir birlerine uyumlu çalışıp çalışmadıkları ve benzer yönleri tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: BİST, TOPSIS, MOORA, VIKOR, Lokanta Ve Otel Firmaları

Financial Performance Investigations of Restaurants and Restaurants In BIST: ÇKKV Research

ABSTRACT

As in many countries, businesses in our country also consider it important to pay attention to their financial performance. Because their financial performance is important for the sustainability and development of the companies. In this case, many different alternatives can be used for financial performance measurements. While the companies make these studies for themselves, investors who invest in researchers and sectors can make these analyzes and make decisions with their results. Multi-criteria decision-making methods are often used, which allow people to make decisions in a competitive environment in order to make decisions on specific scales. Financial performance analyzes can be performed by many methods in many areas, and these analyzes and rankings can be made with multi-criteria decision making methods.

In this study, financial performance analyzes and rankings are tried to be formed by using TOPSIS, MOORA and VIKOR methods in multi-scale decision making methods. The financial ratios of the enterprises in the Restaurant and Hotel sector, which are traded in Borsa İstanbul, were calculated using the 2016, 2017, 2018 financial statements. Sequence results were compared and similar methods were discussed and their similar aspects were discussed.

Keywords: BIST, TOPSIS, MOORA, VIKOR, Restaurant and Hotel Firms

Piyasa Değeri/Defter Değeri Oranı ve TOBİN'S Q Oranı Yöntemleri ile Lokanta ve Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermayelerin Karşılaştırılması
– 394

Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ

Adnan Menderes University, Nazilli FEAS
ugumus@adu.edu.tr

Erkan ÇİBİK

Adnan Menderes University, SBE
erkancibik16@gmail.com

Aygül ÖZTÜRK

Adnan Menderes University
aygulozturk87@outlook.com

ÖZET

İşletmelerin günümüzün gelişen bilgi teknolojileri çağında önemli gelişmiş farklar gösterebilmesi ve değişime ayak uydurabilmeleri büyük ölçüde sermayelerini etkin kullanabilmelerine bağlıdır. Durum böyle olunca işletmelerin finansal tablolarında var olmayan ancak entelektüel sermaye kavramı içerisinde yer alan insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi gibi kavramlar tüm işletmelerde var olan sermaye yapılarıdır. Bu kavramlar ölçülebildikleri sürece, işletmelere piyasada rekabet üstünlüğü sağlayabilecek somut olmayan varlıklar bütünüdür. İşletmelerin bu bileşenlerden yararlanma düzeyleri, piyasada rekabet üstünlüğünü sürdürmeleri bakımından oldukça önem arz etmektedir.

Entelektüel sermaye yönetimi işletmelerin geleceği için önemli görülmektedir. Soyut olan bu varlıkların görünür hale getirilebilmesi için, çeşitli entelektüel sermaye ölçüm yöntemlerinin kullanılması gerekmektedir. Bu çalışmada, piyasa değeri/defter değeri oranı ve Tobin's Q yöntemi kullanılarak, entelektüel sermayenin işletmeler üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amacıyla Borsa İstanbul bünyesinde faaliyet gösteren lokanta ve otel işletmelerinin 2016, 2017 ve 2018 yıllarına ait finansal tablolar içerisinde bilanço ve gelir tabloları seçilerek alınan veriler ile yıl ve yöntem bazında bir çalışma yapılmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında işletmelerin entelektüel sermaye yöntemleri ile analiz edilmiş, uygulamaların uyumluluk dereceleri yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Entelektüel Sermaye, Lokanta ve Otel İşletmeleri, Tobin's Q Yöntemi

Comparison of Market Value / Book Value Rate and Tobin's Q Ratio Methods and Intellectual Capitals in Restaurants and Hotel Companies

ABSTRACT

The fact that enterprises can show significant differences in today's advanced information technology age and keep up with the change depends on their ability to use their capital effectively. In this case, the concepts such as human capital, structural capital and customer capital, which do not exist in the financial statements of the enterprises but are included in the concept of intellectual capital, are the capital structures existing in all enterprises. As long as these concepts can be measured, it is the total of the intangible assets that can provide enterprises with a competitive advantage in the market. The level of utilization of these components is very important in terms of maintaining their competitive advantage in the market.

Intellectual capital management is considered important for the future of enterprises. In order to make these abstracts visible, a variety of intellectual capital measurement methods must be used. In this study, by using the market value / book value ratio and Tobin's Q method, in order to determine the effect of intellectual capital on the enterprises, the balance sheet and income statements of the restaurants and hotel enterprises operating within Borsa İstanbul in the financial statements of 2016, 2017 and 2018 year and method based on a study. Within the scope of the study, the intellectual capital methods of the enterprises were analyzed and the degree of compatibility of the applications was interpreted.

Keywords: Intellectual Capital, Restaurant and Hotel Management, Tobin's Q Method.

Cocoon Work Art of Cyprus Tradition: As An Ethnographic Research – 395

Ecem YILDIZ

Eastern Mediterranean University
Communication and Media Studies
ecem.yildiz.ecem@gmail.com

ABSTRACT

Background of the research: It is an ethnographic study which is processed in the Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC). Ethnographic work was carried out in this study so that the information was obtained online via internet.

The Aim of the study: To introduce the traditions of silk culture which are still being produced by women and some companies living in the TRNC. To examine the development of the art of 'cocoon work' which has been developed after the beginning of silkworm was breeding production and the present development.

Resources of the data: The interviews made with local women providing silk processing and existed some production in the TRNC such as history of silk coats, written sources about silk worms.

Main Discussion of the study: Is there any changes about the traditional usage of silk which were existed in Ottoman Period from past until now?

Conclusions: Since the Ottoman period until then, the silk cocoon plays a crucial part in the TRNC. Ipek Coke is a cozy home to transactions in variety from past to present, carries on its existence in cities in TRNC as Güzelyurt, Nicosia, Değirmenlik and Girne today. Uncharacteristically, the research demonstrates that silk beetle production and 'cocoon work' art have been decreased day by day. On the one hand, it has been observed that the annual silk festivals were held in the Girne region in order to maintain the traditions.

Keywords: Culture, silk cocoon, silk worm – breeding, Silk tradition of TRNC.

Ekonomik Büyüme ve CO2 Emisyonları İlişkisi: Meksika İçin Bir Çevresel Analiz – 396

Dr. Hasan RÜSTEMOĞLU

Cyprus International University
hrustemoglu@ciu.edu.tr

ÖZET

Mevcut çalışmanın amacı Meksika için ayrıntılı bir çevresel analiz hazırlamaktır. Bu amaca ulaşmak maksadıyla, öncelikle CO2 emisyonları ile ülkenin ekonomik çıktısı arasında bir ayrışma olup olmadığını incelemek için bir faktör analizi OECD'nin ayrıştırma faktörü kullanılarak yapılmıştır. Daha sonra ülkenin toplulaştırılmış ve sektörel düzeyde (elektrik ve ısı üretimi için) karbon emisyonları ayrıştırma analizi, Rafine Laspeyres Endeksi (RLI) yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Toplam CO2 emisyonlarının ayrışmasında, kişi başına düşen gelir, nüfus, enerji yoğunluğu ve karbon yoğunluğu gibi dört faktörün etkileri göz önünde bulundurulmuştur. Elektrik ve ısı üretiminden kaynaklanan emisyonların ayrışmasında, varlık etkisi, yakıt yapısı, elektrik yoğunluğu ve kirlilik yoğunluğu gibi dört faktörün etkileri incelenmiştir. Ampirik sonuçlar, Meksika'nın 1990-2014 döneminde ekonomik büyüme ile CO2 emisyonları arasında göreceli bir ayrışma yaşadığını göstermiştir. Toplam CO2 emisyonlarının ayrışma analizi, nüfus etkisinin, kişi başına gelir etkisinden ziyade, Meksika'nın CO2 emisyonlarındaki değişikliklerde belirleyici faktör olduğunu ortaya koymuştur ve bu sonuç, mevcut literatürle çelişmektedir. Sonuçlar ayrıca, enerji yoğunluğunun Meksika'nın toplam CO2 emisyonlarında azaltıcı bir etkisinin olduğunu göstermiştir. Elektrik emisyonu ve ısı üretiminden kaynaklanan CO2 emisyonlarının ayrışma analizinden elde edilen bulgular, kirlilik etkisinin emisyonları azaltan tek faktör olduğunu göstermiştir. Öte yandan, elektrik yoğunluğu ve yakıt yapısı bu sektörden kaynaklanan CO2 emisyonlarının miktarını arttırmakta ve Meksika'nın yeşil kalkınma hedefleri için bu istenmeyen bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: CO2 emisyonları, ayrıştırma analizi, çevresel sürdürülebilirlik, Meksika, elektrik ve ısı üretimi.

ABSTRACT

The aim of this study is to provide a detailed environmental analysis for Mexico. To achieve this goal, first a decoupling factor analysis was conducted to examine whether there is a decoupling between CO2 emissions and economic output of the country. After that a decomposition analysis for the country's aggregated and sector level (for the electricity and heat production) CO2 emissions was carried out by utilizing the Refined Laspeyres Index (RLI) method. Regarding the decomposition of total CO2 emissions, impacts of four factors including per capita income, population, energy intensity, and carbon intensity were considered. In the decomposition of emissions that were resulted from electricity and heat production, impacts of four factors such as affluence, fuel structure, electricity intensity, and pollution were examined. Empirical results showed that Mexico experienced a relative decoupling between its economic growth and CO2 emissions, during the 1990-2014 period. The decomposition analysis of the total CO2 emissions revealed that the population effect was the major determining factor in changes of Mexico's CO2 emissions rather than per capita income effect and this result was contrasting with the existing literature. The results also indicated that, energy intensity followed a reducing impact in Mexico's CO2 emissions. Findings obtained from the decomposition analysis of CO2 emissions resulting from electricity and heat production demonstrated that the pollution effect was the only factor which reduced the emissions. On the other hand, electricity intensity and fuel structure raised the amount of CO2 emissions that were resulted from this sector and it was an undesirable result for Mexico's green development.

Keywords: CO2 emissions, decomposition analysis, environmental sustainability, Mexico, electricity and heat production.

Z Nesli Çocuğunu Tanımak – 397

Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR

Gazi Üniversitesi
hsimsekbekir@gmail.com

Exp. Sıdıka BAŞBUAĞ

Gazi University
sidikabasbuga63@gmail.com

Alper Remzi AYDIN

Gazi University
alperremziaydin@gmail.com

ÖZET

Z nesli, 2000-2019 yılları arasında doğan gençleri tanımlar. Z nesli y neslini (Milenyum) takip eder ve akıllı telefonla büyüyen ilk nesildir. İngilizce konuşulan ülkelerde, genellikle Gen Z olarak adlandırılır. Z nesli, aynı anda birden fazla iş yapabilen, deneme-yanılma yolunu tercih eden, duyu yetenekleri daha da gelişmiş olan bir nesildir. Henüz çocukluklarını yaşayan bu nesil mensupları, ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik dönüşümler neticesinde, tüketim kararları ve davranışları üzerinde yaşlarının çok ötesinde etkilerde bulunmaktadır. Z neslini diğerlerinden ayıran en önemli farklılık, değişimin çok hızlı ve kırılmalar şeklinde yaşandığı bir döneme tanıklık etmeleri ve daha doğmalarından çok önce özellikleri tanımlanabilen ilk nesil olmalarıdır. Dünyanın her yerinde yaşayanlarla çok rahat bağlantı kurabilen z'ler; teknolojiye bağımlı, aceleci, internete hakim, yaratıcı, çoklu dikkat ve çoklu karar alma becerisine sahip, her şeyi çabuk isteyen ve anlık tüketen bir profil çizmektedir. Her ne kadar z nesli, iddia edildiğinin aksine dijital bilgi ve becerilere ekstra bir eğitime ihtiyaç duymaksızın sahip oldukları düşüncesi eleştiri alsa da, yeni nesil için internet teknolojileri ve dijital donanımların günlük hayatın bir parçası olduğu aşikârdır. Bu neslin sosyal ve iş yaşamındaki davranışlarına yönelik araştırmalara yeterince başlanılmaması nedeni ile bu nesille ilgili henüz literatürde çok fazla bilgi bulunmamakla birlikte ebeveynlerin ve öğretmenlerin z neslinin özelliklerini bilmeleri, günümüz dünyasında ve özellikle ülkemizde yaşanan kuşaklararası çatışmanın en aza indirgenebilmesinde z nesli çocuğunu tanımak büyük önem taşımaktadır. Bu önem doğrultusunda derleme niteliğinde olan çalışmada nesiller hakkında genel bilgiye, z neslinin özelliklerine, z nesli çocuğun ebeveyn ve öğretmenlerine yönelik önerilere yer verilmiştir. Çalışma sonucunda, öğretmen ve ebeveynlere z nesli hakkında gelişimsel açıdan bilgi öneri sunması, okul öncesi ve çocuk gelişimi alanında z nesline yönelik yapılacak başka araştırmalar için rehber niteliği oluşturmaktan dolayı literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Z nesli, çocuk, aile

Relationship Between University Image and Student Loyalty: A Study on Perceptions of Students – 398

Dr. Ayşen BERBEROĞLU

Cyprus International University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
aysenb@ciu.edu.tr

ABSTRACT

University image and student loyalty are becoming increasingly popular in the reasearch field of marketing, as well as organization and management. A reputable university image and loyal students are significant aspects for today's competitive environment of higher education. This is also applicable for Northern Cyprus where higher education sector is growing rapidly and the number of universities is becoming too much for such a small country. The aim of this study was to assess the perceptions of students about university image from three different dimensions which are service dimension, support dimension and communication dimension respectively. Analysis were carried out to reveal whether there is a statistically significant difference in perceptions students in terms of those dimensions as well as whether there is a postive or negative relationship between the two variables. The population of the research was consisted of 3rd and 4th year students who are enrolled at universities in North Cyprus. Total number of respondets were 281 students which stands for 95% confidence level and 5.84% margin of error for the sample when population is assumed as 100,000 students. According to the results of the analysis, it is possible to conclude that there is a positive relationship between university image and student loyalty.

Keywords: University Image, Student Loyalty, Higher Education, University, Education.

Sağlık Meslek Mensuplarının Meslekleriyle İlgili Yasal Sorumlulukları ve Yükümlülükleri – 399

Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER

İstanbul Gelişim University, SBYO

gtamer@gelisim.edu.tr

ÖZET

İnsan sağlığına katkılarından dolayı, kutsal bir görevi meslek edinmiş olan sağlık meslek mensupları, görevlerini ifa ederken ve hastalarla olan ilişkilerinin bazı durumlarında, kanun, yönetmelik ve tüzüklerlesin kapsamında yasaklanan durumlarla karşılaşmaktadırlar. Sağlık yönetimi dalında eğitimi tamamlamış ve sağlık hukuku konusunda yeterli bilgiye sahip, uzman sağlık yöneticilerinin kontrol ve müdahalesiyle, karşılaşılan sorunların en aza indirilebileceği 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 regulations.

However, this problem is an obstacle that can be solved by the contribution of experts who are equipped with healthcare industry management 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.

Yöneticilerin Liderlik Özellikleri ve Kontrol Odaklarının Karar Verme Stilleri Üzerindeki Stratejik Etkileri: İstanbul İlinde Bir Uygulama – 400

Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER
İstanbul Gelişim University, SBYO
gtamer@gelisim.edu.tr

ÖZET

Araştırmada öncelikle lider yöneticilerin sahip oldukları öğrenme biçimleri ve kontrol odaklarının karar verme stilleri belirlenmiş, daha sonra öğrenme biçimleri ile kontrol odağı ilişkisi incelenerek, öğrenme biçimleri ve kontrol odağının karar verme stili üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırmada 3 adet ölçek kullanılmıştır. Bunlar, Karar Verme Stilleri ölçeği Scott ve Bruce tarafından geliştirilmiş ve Taşdelen tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Kontrol Odağı ölçeği, kontrol odağı merkezini belirlemek amacıyla Rotter'in İç-Dış Kontrol Odağı ölçeği'nden yararlanarak Dag tarafından geliştirilmiştir. İstanbul ilinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı devlet liselerinde çalışan idari personeli kapsamaktadır. Elde edilen bulgular SPSS 21.0 ve AMOS 20.0 programında analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda; lider yöneticilerin rasyonel karar verme stilini ağırlıklı kullandıkları, iç kontrol odaklı oldukları, aktif yaşantı ve soyut kavramsallaştırma öğrenme biçimini benimsedikleri, öğrenme biçiminin ve kontrol odağının karar verme stilleri üzerinde kısmen etkili olduğu, kontrol odağının öğrenme biçimi üzerinde ise etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca, karar verme stillerinin öğrenme biçimi, kontrol odağı ve bazı demografik faktörlere göre değişen oranlarda farklı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: öğrenme Biçimi, Kontrol Odağı, Karar Verme Stili.

Strategic Effects of Leaders On Leadership Characteristics and Control Focus on Decision Making Styles is an Application A Case Study in İstanbul

ABSTRACT

This research aims to explain the effect of learning styles and locus of focus on the decision-making styles of leader managers. Therefore; firstly the learning styles, locus of control, decision-making styles were identified, then the relationship between the learning style and locus of control were analysed and the effects of learning styles and locus of control on the decision-making styles were investigated. Three scales were used for the research.. The Locus of Control Scale was developed by Dag through using the Internal-External Locus of Control Scale of Rotter to identify the locus of control centre. The research covers the school principals, head vice principals and vice principals of state high schools of Ministry of Education located in İstanbul. The findings were analysed in SPSS 21.0 and AMOS 20.0 programs. The results of research indicate that the leader managers mainly use the rational decision-making styles, are internal-control oriented, adopt the active experience and abstract conceptualisation learning styles and that learning styles and locus of control are partially effective on the decision-making styles and the locus of control is effective on the learning style. Additionally, the decision-making styles differ in varying proportions in accordance with the learning style, locus of control and some demographical factors.

Keywords: Learning Style, Locus of Control, Decision-making Style.

Çocukluk Döneminde Cinsel İstismar – 401

Barış TUNCER

Sakarya University SBE Master Student of Science in Sociology
baris.tuncer@altinbas.edu.tr

ÖZET

Çocuklar, fiziksel ve psikososyal gelişimlerini tamamlamadıkları için özel olarak korunması gereken varlıklardır. Çocuklar, kendilerini koruyamadıkları ve uzun süre bakım ve korunmaya ihtiyaç duydukları için dezavantajlı gruplar içinde değerlendirilmektedir. Çocukların her yönüyle bir bütün olarak sağlıklı bir şekilde gelişebilmesi için gerekli koşulların sağlanması gerekmektedir. Ancak, birçok toplumsal sorun çocukların sağlıklı gelişimini engellemekte ve onlara zarar vermektedir. Çocukların gelişim sürecini engelleyen ve örselenmelerine neden olan sorunlardan biri de çocuk ihmali ve istismarıdır. Çocukların gelişim süreçlerine zarar veren, gelişimini engelleyen davranışlar çocuk istismarı, çocukların temel ihtiyaçlarının karşılanmaması ise çocuk ihmali olarak tanımlanabilir. Çocuk istismarı türlerinden biri de cinsel istismardır. Çocuk istismarının en ağır biçimi olan cinsel istismar, çocuğun cinsel haz amacıyla kullanılması veya çocuğun bir başkası tarafından bu şekilde kullanılmasına izin verilmesi olarak tanımlanabilir. Cinsel istismar, fark edilmesi zor bir istismar türüdür ve çoğu cinsel istismar vakasının gizli kaldığı ve ortaya çıkmadığı genel olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada cinsel istismarın nedenleri, belirtileri, türleri ve cinsel istismarın önlenmesine yönelik yapılabilecek çalışmalar incelenmiştir. Cinsel istismarın tanımının, türlerinin, nedenlerinin bilinmesi, çocuklar için oldukça zarar verici bir kötü muamele olan cinsel istismarın önlenmesi konusunda yararlı olacaktır.

Country Variables and Individual Perceptions of Climate Change – 402

Asst. Prof. Dr. Defne GÜNEY

Yaşar University
Defne.gunay@yasar.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Gizem ARIKAN

Trinity College Dublin
arikang@tcd.ie

ABSTRACT

There is a growing literature studying the politics of climate change (Giddens 2009; Stevenson and Dryzek 2014). Part of this literature analyzes climate change as a security issue (Diez et.al. 2016; Corry 2012). The United Nations framed climate change as a security issue for the first time in April 2007, when the Security Council held a meeting to discuss the security implications of climate change thereby taking a step towards securitizing climate change. Despite such steps towards securitization of climate change at the global level and several countries at the national level, climate change has not been securitized completely as evidenced by cases of failed securitization in Australia (McDonald 2012) and partial securitization in Turkey (Diez et.al. 2016). Climate securitization at the global level seems to be an issue that is ‘all dressed up and nowhere to go’ in the sense that it is acknowledged as a security issue yet no extraordinary measures have been taken (McDonald 2008).

This study departs from the research question on the role of the public opinion in accepting climate change as a security issue. We argue public opinion constitutes an important element in the broader securitization mechanism. We compare quantitatively public opinion on climate change to identify factors that facilitate the public to accept climate change as a security issue. To achieve this, we analyze responses to the Pew Research Center 2015 Survey that was held in a wide range of countries from different levels of socioeconomic development, environmental policies, regime types, geographical location and cultural background. We examine the link between country-level variables, i.e. the level of economic development and the country’s exposure to natural disasters, and individuals’ perception of harm from climate change. We find that individuals living in countries that are exposed to more natural disasters, those living in wealthier countries perceive less harm from climate change.

Keywords: Climate change, environmental policies, comparative analysis, public opinion

Ülke Değişkenleri ve Bireylerin İklim Değişikliği Algısı

ÖZET

İklim değişikliği siyaseti üzerine giderek büyüyen bir yazın oluşmuştur (Giddens 2009; Stevenson ve Dryzek 2014). Bu yazının bir parçası iklim değişikliğini bir güvenlik konusu olarak analiz etmeye yöneliktir (Diez v.d. 2016; Corry 2012). Birleşmiş Milletler iklim değişikliğini 2007 yılında, Güvenlik Konseyi iklim değişikliğinin güvenlik sonuçlarını tartışmak için toplandığında bir güvenlik konusu olarak çerçevelemiştir. Uluslararası alanda ve bazı ülkelerde ulusal alanda atılan bu adımlara rağmen, Avustralya’da başarısız olan (McDonals 2012) ve Türkiye’de kısmi olarak gerçekleşen (Diez v.d. 2016) sürecin de gösterdiği gibi iklim değişikliği her yerde güvenlik konusu olarak kabul görmemiştir.

Bu çalışmanın araştırma konusu iklim değişikliğinin bir güvenlik konusu olarak Kabul edilmesinde kamuoyunun rolünün ne olduğudur. Çalışmamız bu süreçte kamuoyunun önemli bir rolü olduğuna ve bu rolün yeterince incelenmemiş olduğundan hareket etmektedir. Bu amaçla iklim değişikliğinin bir güvenlik konusu olarak kabulünü kolaylaştıran faktörleri karşılaştırmalı nicel bir analiz yoluyla ortaya koymaktayız. Bu bağlamda Pew Araştırma Merkezi 2015 Anketinde verilen yanıtları incelemekteyiz. Bu anketin uygulandığı ülkeler çok farklı sosyoekonomik gelişmişlik düzeylerinden, çevre politikalarından, rejim tiplerinden, coğrafi konumlardan ve kültürel arkaplandan gelmektedirler. Bu ülkeler çapında ülke değişkenleri olan ekonomik gelişmişlik düzeyi ve doğal afetlere maruz kalma değişkenlerinin iklim değişikliğinin zararları algısı değişkeniyle ilişkisini incelemekteyiz. Bulgumuz daha zengin ülkelerde yaşayan bireylerin ve daha çok doğal afete maruz kalan ülkelerde yaşayan bireylerin iklim değişikliğinden zarar algısının daha az olduğu yönünde olmuştur.

Anahtar kelimeler: İklim değişikliği, çevre politikaları, karşılaştırmalı analiz, kamuoyu

Tele Çalışma ve Ortaya Çıkan Sorunların Çalışanlar Üzerindeki Etkisi – 403

Tuğba İNCENACAR

Hasan Kalyoncu University – Gaziantep University
tugba.incenacar@hotmail.com

ÖZET

Bilgi teknolojilerinin gelişimi, iş gücü piyasalarında da esnekleşmeyi arttırmış, bu durum iş hayatına esnek çalışma olarak yansımıştır. Çalışma şekilleri değişerek çalışma ortamları merkez iş yeri ofislerinin dışında, iş yerine uzakta bir yerde örneğin; ev esaslı tele çalışma veya tele merkez esaslı tele çalışma yapılabilir hale gelmiştir. Bu durum çalışanlar açısından bazı olumlu gelişmeleri olsa da, önemli olumsuz sonuçları da beraberinde getirmiştir. Bu çalışma, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı tele çalışmanın ortaya çıkarmış olduğu sorunları ele almayı amaçlamıştır. Ayrıca, sorunlardan birisi olan “emeğin yabancılaşması” kavramı ayrıca açıklanacaktır. Çalışmanın sonunda, çalışanların ortaya çıkan sorunlara neden tepkisiz kaldığı sorunsalına cevap aranmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tele Çalışma, Tele Çalışmanın Dezavantajları, Yabancılaşma, Emeğin Yabancılaşması.

Örgütsel Etiğin Kurumsal İtibara Etkisi Üzerine Bir Literatür Çalışması – 404

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Aksaray University
hkaradal@gmail.com

Inst. Abdullah DEMİR

Sinop University
mail.abdullahdemirmail.com

ÖZET

Bu çalışmada, örgütsel etiğin kurumsal itibara etkisi literatür boyutunda incelenmiş ve öneminin farkedilmesi amaçlanmıştır. Serbest piyasa koşullarının sürüklediği zorlu rekabet ortamı kurumları rakiplerinin bir adım önüne geçirecek yeni değerler üretmeye yönlendirmiştir. Kurumlar faaliyet konusu çerçevesinde ve faaliyet çevrelerinin beklentilerini de dikkate alarak ürün ve hizmet üretimini sürdürürler. Bilgiye, teknolojiye, nitelikli iş gücüne ve hammaddeye eşit ulaşım ile maliyetlerdeki benzerlik kurumları üstünlük aracı olarak güçlü kurumsal itibar oluşturmaya zorunlu kılmıştır. Ürün ve hizmetlerde standartların yakalanmasının yanısıra güçlü kurumsal itibar kurumun paydaşlarının beklentisini önemli ölçüde karşılamaktadır. Kurumlar için bu yönlendirme bir tavsiyeden çok hayati bir gereklilik halini almıştır. Kurumsal itibar ise sahip olunması ve sürdürülebilir olması bakımından zor bir değerdir. Kurumsal itibarın varlığı ve sürdürülebilirliği birçok parametreyle mümkün olmaktadır. Örgütsel etik sözü geçen parametreler içerisinde çok önemli bir yere sahiptir. Örgütsel yapısı içerisinde kurumlar demografik yapısı, kültürü ve inançları bakımından birbirinden farklı işgören ve yöneticilerin asgari müşterekte buluşması amacıyla örgüt kültürleri oluşmuştur. Kurumların hedeflerini gerçekleştirmesi için yönetenlerin işgörenlere bu bilinci kazandırmaları ve kendilerinin de azami ölçüde örgütsel etik ilkelerine bağlı kalmaları gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etik, İşletme, Kurumsal İtibar, Örgütsel Etik

A Literature Study on the Effect of Organizational Ethics on Corporate Reputation

ABSTRACT

In this study, the effect of organizational ethics on the corporate reputation is examined in the literature and it is aimed to recognize its importance. The challenging competition environment driven by free market conditions has led the corporates to produce new values that will put them one step ahead of their competitors. corporates continue to produce products and services by taking into consideration the expectations of the operating environment and within the scope of the activity. Equivalence of information, technology, qualified workforce and raw material, and similarity in costs have made the corporates compulsory to create a strong corporate reputation as an instrument of superiority. In addition to achieving standards in products and services, strong corporate reputation meets the expectations of its stakeholders. For corporates, this orientation has become a vital requirement from a recommendation. Corporate reputation is a difficult value in terms of being owned and sustainable. The existence and sustainability of corporate reputation is possible with many parameters. Organizational ethics has a very important place among the mentioned parameters. Within the organizational structure, organizational cultures have been formed for the purpose of meeting the employees and managers with different groups in terms of their demographic structure, culture and beliefs. In order for the corporates to realize their goals, they need to bring this awareness to the employees and they must adhere to the maximum ethical principles.

Keywords: Ethics, Business, Corporate reputation, Organizational Ethic

Örgütlerde Kadına Yönelik Cinsel Tacizi Açıklayan Kuramsal Modeller ve Önleme Yöntemleri – 405

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

ÖZET

Cinsiyet konusu makro düzeyde kaynakların dağılımı ile kültürel inançları bireysel düzeyde kişilik ve kimlikleri, etkileşimsel düzeyde ise davranış biçimleri ile durumsal yapıları içeren bir sistemdir. Cinsiyet, bireylerin kendilerini nasıl görmeleri ve diğer bireylere karşı nasıl davranmaları gerektiğini belirlemekte ve çoğu zaman sosyal farklılaşmaya temel oluşturmaktadır. Kadın ve erkeğin rollerine tarih ve kültür boyunca bakıldığında kadınlara karşı hep bir ayrımın olduğu ortaya çıkmıştır.

Örgütlerde kadınlara özgü ayrımcılık ve cinsel taciz konusu kadınlar için önemli konulardandır. Özellikle son yıllarda kadınların artan oranlarda iş hayatında yer aldıkları düşünüldüğünde, bu tür olumsuz davranışların işyeri üretkenliğini ve verimliliğini de etkileyeceği söylenebilir. Örgütlerde cinsiyet temeline dayalı düşmanca davranışlar, çirkin hakaret ve kadın düşmanı tutum içeren veya kadınları aşağılayan cinsel nitelikli imalar ve davranışlar içerir. Cinsel tacizin nedenlerini anlamak zordur. Çünkü bu faktörleri etkileyen pek çok değişken vardır. Kuramsal modellere bakıldığında örgütler ve toplumlar yer alır (Aile, arkadaş çevresi, eğitim, yaşanılan sosyoekonomik yapı vb.).

Örgüt içinde tacizciler hedefle (mağdur) cinsel taciz veya uygunsuz davranışlar yoluyla iletişim kurarlar. Örgüt iklimi bazen cinsel tacizin oluşmasına uygun ortam yaratabilir. Örneğin cinsel tacizin yaygınlaşmasını sağlayan informal politikalar veya eğlenceler olduğu gibi, örgütsel normlar ve cinsiyetle bütünleşmiş iş grupları da cinsel tacizi yaygınlaştıran bir örgüt iklimi oluşturabilir.

Örgütlerin çoğunda cinsel tacizin örgüte doğrudan veya dolaylı olarak maliyet yüklediği bilinmektedir. Dolayısıyla örgütlerin bu tür olayları önlemek gibi bir sorumlulukları olması gerekir. Bu gerekçeyle bazı önleme teknikleri geliştirmek gerekir.

- Tacizin önlenmesine ilişkin örgüt politikaları geliştirmek
- İletişim politikaları oluşturmak
- Prosedürler oluşturmak
- İş dizaynında önlemlere yer vermek
- Hukuki boyutu düzenlemek
- Cezaları arttırmak

Cinsel taciz olaylarına ciddi biçimde karşı konulmadığında bu durumdan sadece kadınlar olumsuz yönde etkilenmemektedir. Kadın ayrımcılığı ve düşmanlığı yoğun olduğunda ve cinsel tacizlere göz yumulduğunda çalışma ortamı da bozulmakta ve bundan ötürü motivasyon ve verimlilik düşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kadın, Cinsel taciz

Çalışanların Eğitim ve Kariyer Yönetimi Algılarının Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi – 407

Ertac GÜLAKDENİZ

International Cyprus University
ertacgulakdeniz@icloud.com

Dr. Ayşen BERBEROĞLU

Cyprus International University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
aysenb@ciu.edu.tr

ÖZET

Günümüzde farklı disiplinlerin bir araya gelmesi ile çalışan davranışları anlamlandırılmaya ve araştırılmaya başlanmıştır. Araştırmanın hedefi KKTC’de bulunan Limasol Türk Kooperatif Bankası çalışanlarının eğitim ve kariyer yönetimi algılarının örgütsel bağlılık üzerine etkisini ölçmektir. Veri toplanması için anket formu kullanılmış olup anketler 15-30 Ekim tarihleri arasında uygulanmıştır. Toplanan veriler SPSS23 yazılımı ile veri analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda Limasol Türk Kooperatif Bankası çalışanlarının almış oldukları eğitim ve bunun üzerine kariyer yönetimi algılarının çalışanlar örgütsel bağlılık arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Örgütsel bağlılık; KKTC’de Limasol Türk Kooperatif Bankası çalışanlarının eğitim ve kariyer yönetimi algısı; KKTC; Kariyer Yönetimi, Eğitim.

ABSTRACT

Nowadays different disciplines gathered to give meaning and and research worker behaviors. This research aims to measure the effect of education and career perception on organizational commitment of Limasol Türk Kooperatif Bankası workers in TRNC. Surveys conducted between 15th-30th October to collect data. Collected data analyzed with SPSS23 data analysis software. According to the research, the education of Limasol Türk Bankası workers and their career management perceptions showed a meaningful relation.

Keywords: Organizational commitment, education and career perception on organizational commitment of Limasol Türk Kooperatif Bankası workers in TRNC, TRNC, Career Management, Education.

Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde SWOT Analizi ile Uygulanabilirliği – 408

Beyza SOYER

Akdeniz Karpaz University
beyza_ozerman@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ

Akdeniz Karpaz University
veclal.gulay@akun.edu.tr

ÖZET

İnsanoğlunun varoluşundan itibaren gelişmesi için gerekli olan başlıca etken enerjinin kazanılmasıdır. Enerji olduğu müddetçe iş yapılabilmekte ve dolayısıyla gelişme de sağlanmaktadır. Fosil kökenli yani petrol, kömür ve doğalgaz örnek olarak vermek gerekirse fabrikalardan elektrik enerjisi elde edilmesine ısınmadan taşıtların yakıtı olarak kullanılmasına kadar pek çok değişik alanlarda gelişim sağlanmasına neden olmuştur. Yirminci yüzyıla gelindiğinde ise teknolojik olarak daha da gelişmiş olan nükleer enerji insanlığın enerjide bir sınıf daha atlamasına ve enerjiyi daha ekonomik ve kullanışlı olarak elde etmesine olanak sağlamıştır. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) enerji alanında fosil kökenli enerji kaynaklarına bağımlı olarak bulunmakta olup elektrik üretiminde devlete ait Teknecik elektrik santrali ve özel bir iştirak olan Aksa elektrik santrallerinden sağlanmaktadır. Söz konusu santraller çevreye sürekli olarak zarar vermekte olup hem doğaya hem insan sağlığını bozmaktadırlar. Son yıllarda tüm dünyada olduğu gibi KKTC de de yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelim olmaktadır. Ancak bu kaynaklardan en çok kullanılabilen ve ekonomik olanları güneş ve rüzgar enerjileridir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti oniki ay boyunca Güneşi bol alan bir ülke ve uygun arazi şartlarından olduğundan dolayı kullanılması uygun olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Enerji, Tükenebilen, Yenilenebilir, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti.

Applicability of Renewable Energy Resources with SWOT Analysis in Republic of Northern Cyprus

ABSTRACT

Since the existence of human beings, the main factor which is required for development is the acquisition of the energy. Work can be done as long as there is an energy and a by development is provided. Fossil-based fuels, petroleum, coal and natural gas have led to development in many different areas. For example, to obtain electricity from the plant and touse as a heat and vehicle fuel. In the 20th century, nuclear energy has improved even more technologically; and it also provide opportunity to skip a class in using energy and to make energy more economical and useful. TRNC provide selectricity from state-owned Teknecik central electric unitand as a private participant Aksa central electric unit with usesfossil-basedenergy. These central electric units are constantly damaging the environmentandal so it breaks both nature and human health. Furthermore, vehicles and houses are highly dependent on fosil-based fuels. In recent years, TRNC has turned to renewable energy sources like the whole world countries. However, the most used and economical source of these sources are solar and wind energy. TRNC is a country that gets sunshine for 12 months and TRNC island is souitable for the conditions. There are mountain are assuitable for wind energy source. The developing technology will spread the use of both Technologies.

Keywords: Energy, Depletable, Renewable, TRNC.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Evaluating the Structure of Brand Equity with Confirmatory Factor Analysis – 409

Asst. Prof. Dr. Selim TÜZÜNTÜRK

Bursa Uludağ University, FEAS
selimtuzunturk@uludag.edu.tr

ABSTRACT

Building a strong brand in the market is the goal of many companies. Measuring brand equity at the consumer level can give insight to the managers of the companies about their brand. The objective of this study is to determine the ability of a predefined consumer based brand equity theoretical model by Aaker (1991) to fit an observed data set. To do so, VESTEL brand white goods owners of 237 X generation individuals who live in Bursa were surveyed in February 2019 with face to face survey method. By using Confirmatory Factor Analysis (CFA) method, theoretical brand equity model was tested. Depending on the sample results, the construct validity of the proposed three factor model was verified. The subtypes of construct validity that are convergent validity and discriminant validity analyses supported the evidence for construct validity.

Keywords: Brand Equity, VESTEL Brand, Construct Validity, Convergent Validity, Confirmatory Factor Analysis.

İşsiz Bireylerin Demografik Özellikleri Ve İş Arama Tercihleri Üzerine Bir Araştırma – 410

Inst. Dilek ŞENEL

Pamukkale University

dsenel@pau.edu.tr

ÖZET

İşsizlik, özellikle gelişmekte olan ülkeleri olumsuz etkileyen, ekonomik, siyasi ve psikolojik yansımaları olan sosyal bir sorundur. Bu sorunun çözümü noktasında farklı politikalar üretilmekte ve işsizlik oranı kabul edilebilir bir düzeye çekilmeye çalışılmaktadır. Bu çalışmanın amacı; işsizlerin demografik özellikleri ortaya koymak ve işsizlerin hangi yollar ile iş aradıklarını tespit etmektir. Çalışmaya ilişkin olarak Türkiye İstatistik Kurumu 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden yararlanılmıştır. Çalışma neticesinde Türkiye’de 2017 yılı itibarıyla 3.454.295 işsiz bulunmaktadır ve 2013 yılından bu yana işsizlik oranı sürekli olarak artış göstermektedir. İşsizlerin yaklaşık yarısı 8 yıllık ilköğretim mezunudur. Yaklaşık %31’i 15-24 yaş aralığındaki genç nüfusu işaret etmektedir. İş arama kanalı olarak işsizlerin en fazla tanıdık vasıtası ile iş aradıkları veya doğrudan işverene başvurdıkları saptanmıştır. İşsizlerin en az kullandıkları iş arama kanalı ise Türkiye İş Kurumu, özel istihdam büroları ve gazeteye başvurular olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşsizlik, İş Arama Tercihleri, Türkiye İstatistik Kurumu Mikro Veri Setleri

Demographic Characteristics of Unemployed Individuals and A Research on Job Search Preferences

ABSTRACT

Unemployment is a social problem with economic, political and psychological implications that adversely affect developing countries. The aim of this study is; to determine the demographic characteristics of the unemployed and to determine the ways in which the unemployed are looking for work. Turkey Statistical Institute for the Study of the 2017 Household Labor Force Survey has benefited from Micro Data Set. Working in Turkey in 2017 as a result there are 3,454,295 unemployed since 2013 and the unemployment rate has been increasing continuously. About half of the unemployed are 8-year primary school graduates. Approximately 31% indicate the young population between the ages of 15-24. As job search, it is determined that unemployed people are seeking the job most or not and they apply directly to the employer. The least used job search methods; Turkey Business Association, private employment agencies and newspaper applications.

Keywords: Unemployment, Job Search Preferences, Turkey Statistical Institute of Micro Data Sets.

Meslek Yüksekokulunda Eğitim Gören Kadın Öğrencilerin Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma – 411

Inst. Dilek ŞENEL
Pamukkale University
dsenel@pau.edu.tr

Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY
Pamukkale University
fozgen@pau.edu.tr

ÖZET

Bu araştırma amacı; Meslek Yüksekokullarında eğitim gören kadın öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin belirlenmesidir. Araştırma kapsamında Pamukkale Üniversitesi Kale Meslek Yüksekokulunda eğitim gören 246 kadın öğrenciye ulaşılmış ve anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Veriler istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırma neticesinde katılımcıların girişimcilik düzeyleri yüksek çıkmıştır. Ancak, katılımcıların yaşları, okudukları bölümleri, sınıf düzeyleri, girişimcilik dersi alıp almamaları ve aile gelirleri ile girişimcilik düzeyleri arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Düzeyi, Kale Meslek Yüksekokulu.

An Investigation on the Determination of Entrepreneurship Levels of Female Students Who are Trained in Vocational School

ABSTRACT

The purpose of this research; determining the entrepreneurship level of female students studying at Vocational Schools. In the scope of the research, 246 female students studying at Pamukkale University Kale Vocational School were reached and the data was collected by survey method. Data were analyzed by statistical software. As a result of the research, the entrepreneurship levels of the participants were high. However, no relationship was found between the ages of the participants, the departments they studied, the grade levels, whether they took entrepreneurship courses or not, their family income and entrepreneurship levels.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Level, Kale Vocational School.

Kayıt Dışı İstihdam: Türkiye’de Genç İstihdamı Üzerine Bir Araştırma – 412

Inst. Dilek ŞENEL

Pamukkale University
dsenel@pau.edu.tr

ÖZET

Kayıt dışı istihdam, toplumları ve toplumların geleceklerini etkileyen önemli bir sosyo-ekonomik sorundur. Bu sorunun çözümü noktasında farklı mücadele yolları denense de, günümüzde halen kayıt dışı istihdam oranında arzu edilen bir seviye tutturulamamıştır. Yaşları 15-24 aralığındaki gençler incelendiğinde, kayıt dışı istihdama ilişkin olarak daha ağır bir tablo ile karşılaşmaktadır. Nitekim Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2017 verilerine göre ülkemizde genel kayıt dışılık oranı % 34 iken, gençlerde bu oran % 45,6 olarak belirlenmektedir. Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de 15-24 yaş aralığında istihdamda yer alan gençlerin kayıt dışı çalışmaya ilişkin durumlarını tespit etmektir. Bu bağlamda TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setleri kullanılarak bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma neticesinde gençlerde kayıt dışı çalışmanın, genel kayıt dışı çalışma oranına göre yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, gençlerde cinsiyet, eğitim seviyesi, işteki durum ve işyeri durumu ile kayıt dışı çalışma arasında ilişki olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kayıt Dışı İstihdam, Genç Kayıt Dışılığı, 15-24 Yaş Kayıt Dışı Çalışma, TÜİK Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setleri

Unregistered Employment: A Study on Youth Employment in Turkey

ABSTRACT

Unregistered employment is an important socio-economic problem affecting societies. Although different ways of struggle have been tried to solve this problem, today, a desirable level of unregistered employment has not been achieved. When young people aged 15-24 were examined, a heavier picture of unregistered employment is encountered. Indeed, Turkey Statistical Institute (TSI) informality rate in 2017 was 34%, this rate% in young people 45.6 is determined. The aim of this study is; Located in the unregistered youth employment in the 15-24 age range in Turkey it is to determine the status of employment. In this context, a survey has been carried out using TurkStat 2017 Household Labor Force Survey Micro Data Sets. As a result of the research, it was determined that the unregistered employment in young people was higher than the general unregistered employment rate. In addition, it was found that there was a relationship between gender, education level, job status and workplace status and unregistered employment in young people.

Keywords: Unregistered Employment, Unregistered Employment In Young People, 15-24 Years of Unregistered Employment, TurkStat 2017 Household Labor Force Survey Micro Data Sets.

Spor Yöneticisi Adaylarının Kariyer Uyumu ve Yenilikçilik Eğilimlerinin Girişimcilik Potansiyellerini Yordayıcı Etkisi – 413

Assoc. Prof. Dr. Kadir YILDIZ

Manisa Celal Bayar University
Faculty of Sport Sciences
kadiryildiz80@hotmail.com

Ayşe SEVİMLİ

Manisa Celal Bayar University
Faculty of Sport Sciences
ayse-sevimli@hotmail.com

ÖZET

Günümüzde hızlı bir değişim süreci geçiren küresel iş ortamında, yenilikçilik ve değişim sporun temel odak noktalarından birisi haline gelmiştir. Spor endüstrisinde rekabet arttıkça spor örgütleri spor organizasyonlarından daha büyük kazanç sağlamak amacıyla yeniliklere uyum sağlamak durumunda kalacaktır. Bu süreç sadece örgütlerin değil aynı zamanda kurumlarında çalışanları ile güçlü bağ kurmalarında önem arz etmektedir. Bu araştırmada, spor yöneticisi adaylarının kariyer uyumu ve yenilikçilik eğilimlerinin girişimcilik potansiyellerini yordayıcı etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Araştırma betimsel ve ilişkisel tarama modelinde tasarlanmıştır. Çalışma grubunu, seçkisiz olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan yaş ortalaması $22,10 \pm 1,78$ olan toplam 343 katılımcı (163'ü kadın, 180'i erkek) oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak “Yenilikçilik Eğilimi Ölçeği” (Scott ve Bruce, 1994), “Girişimcilik Potansiyeli Ölçeği” (Hisrich ve Peters, 2002) ve “Kariyer Uyum Yeteneği Ölçeği” (Kanten, 2012) kullanılmıştır. Verilerin normallik sınavında basıklık ve çarpıklık değerleri dikkate alınmıştır. Verilerin analizinde Independent T test, Spearman korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

İstatistiksel analizler neticesinde kariyer uyum yeteneği alt boyutlarından merak değişkeninin cinsiyet açısından kadın katılımcılar lehine farklılaştığı tespit edilmiştir ($p < .05$). Kariyer planı olan ve olmayan gruplar açısından bakıldığında ise yenilikçilik eğilimi, girişimcilik yönelimi, kariyer uyum yeteneği ölçeği kontrol ve güven alt boyutlarında kariyer planı olan gruplar lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Korelasyon analiz sonuçları yenilikçilik eğilimi ile girişimcilik yönelimi ($r = .640$, $p < .05$) arasında ve yenilikçilik eğilimi ile kariyer uyum yetenekleri ölçeği alt boyutlarından kaygı ($r = .500$, $p < .05$), kontrol ($r = .448$, $p < .05$), merak ($r = .415$, $p < .05$) ve güven ($r = .490$, $p < .05$) arasında pozitif yönde orta düzey bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Ayrıca girişimcilik yönelimi ile kariyer uyum yetenekleri ölçeği alt boyutlarından kaygı ($r = .446$, $p < .05$), kontrol ($r = .510$, $p < .05$), merak ($r = .397$, $p < .05$) ve güven ($r = .463$, $p < .05$) arasında pozitif yönde orta düzey ilişki tespit edilmiştir. Çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde yenilikçilik eğilimi, kaygı, kontrol, merak ve güven değişkenleri birlikte katılımcıların girişimcilik eğilimi puanı ile orta düzeyde ve anlamlı ilişki vermektedir.

Sonuç olarak, spor ortamında farklı biçimlerde karşımıza çıkan yenilikçilik kavramının girişimciliğin önemli bir parçası olduğunu söylemek yanlış olamayacaktır. Çünkü araştırma sonuçları spor yöneticisi adaylarının kariyer uyum düzeyleri ile girişimcilik ve yenilikçilik eğilimleri arasında önemli bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Spor örgütleri performanslarını arttırmak için hem kurumsal hem de bireysel olarak yeni stratejiler geliştirmek durumundadır. Sürekli bir değişim süreci geçiren çevresel koşullar doğrultusunda, spor örgütlerinin değişken yapıları gereği örgütler yenilikçi ve girişimci yapısını geliştirmeye açık olmalıdır. 21.yüzyıl sadece örgütlerin değil aynı zamanda bireylerinde yenilik ve girişimcilik konusunda açık olmalarını gerektirmektedir. Dolayısıyla spor yöneticileri, hızlı bir dönüşüm süreci yaşayan spor endüstrisi içerisinde yeni kariyer olanakları aramalıdır. Bu arayış ise bireylerin girişimcilik kapasitesi ve yenilikçilik algılarının iyileştirilmesi ile gerçekleştirilebilecektir. Dolayısıyla spor yöneticisi adaylarının teknoloji çağının ortaya çıkardığı fırsatları değerlendirmeleri gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Spor Yöneticisi, Kariyer, Kariyer Uyumu, Girişimcilik, Yenilikçilik Eğilimi.

The Predictor Effect of Career Adaptation and Innovative Tendencies of Sports Manager Candidates on Their Entrepreneurship Potentials

ABSTRACT

In global work environment which is, today, under a rapid change process, innovativeness and change has become one of the fundamental focuses of sports. As the competitiveness increases in sports industry, sports organizations will have to adapt to the innovations in order to gain more benefits from sports events. This process requires a strong bond between the employees and the organizations but also between employees and institutions. In this study, it is aimed to investigate the predictor effect of career adaptation and innovative tendencies of sports manager candidates on their entrepreneurship potentials.

The study was designed in descriptive and correlational survey model. Study group consists of 343 participants obtained by convenience sampling method (163 female and 180 male) whose median age is $22,10 \pm 1,78$. As data collection tool, "Innovative Work Behavior Scale" (Scott and Bruce, 1994), "Entrepreneurship Potential Scale" (Hisrich and Peters, 2002) and "Career Adaptabilities Scale" (Kanten, 2012) were used. In the normality test of data, skewness and kurtosis values were considered. In the analysis of data, Independent T test, Spearman Correlation analysis and multiple linear regression analysis were used.

In the light of statistical analysis, it was determined that curiosity subscale of career adaptability skill differed in favor of women in terms of gender variable ($p < .05$). When considered in terms of group with a career plan and group without a career plan, significant differences in favor of group with a career plan were found in innovation tendency, entrepreneurship orientation and "control" and "trust" subscales of career adaptability skill scale. The results of correlation analysis displayed a positive and medium level correlation both between innovation tendency and entrepreneurship orientation ($r = .640$, $p < .05$) and between innovation tendency and "anxiety" ($r = .500$, $p < .05$), "control" ($r = .448$, $p < .05$), "curiosity" ($r = .415$, $p < .05$) and trust ($r = .490$, $p < .05$) subscales of career adaptability scales. Additionally, a positive and medium level correlation between entrepreneurship orientation and "anxiety" ($r = .446$, $p < .05$), "control" ($r = .510$, $p < .05$), "curiosity" ($r = .397$, $p < .05$) and "trust" ($r = .463$, $p < .05$) subscales of career adaptability scale was found. When the results of multiple linear regression analysis were considered, innovation tendency and anxiety, control, curiosity and trust subscales display a medium level and significant correlation with entrepreneurship orientation scores of the participants.

As a result, it will not be wrong to express that the concept of innovation, which can be encountered in different shapes in sports environment, is an outstanding part of entrepreneurship because the results of this study puts forward the existence of a significant correlation between career adaptation levels, entrepreneurship and innovation tendencies of sports manager candidates. Sports organizations should develop new strategies both within the institution and individually so as to increase their performances. In line with the ever-changing environmental conditions, by the changing nature of sports organizations, they need to be open to the development of their innovational and entrepreneurial structure. The 21st century requires not only organizations but also individuals who are open to innovations and entrepreneurship. Consequently, sports managers should search for new career opportunities in the sports industry which experiences a rapid change process. On the other hand, this search can only be achieved through the betterment of individuals' entrepreneurship capacity and innovational perceptions. As a result, it is thought that the sports manager candidates should make the opportunities stemming from technology age count.

Keywords: Sports Manager, Career, Career Adaptation, Entrepreneurship, Innovative Tendency.

Tüketicilerin Kişilik Özellikleri İle Finansal İyilik Hali Ve Risk Alma Tutumu Arasındaki İlişki – 414

Mesut DOĞAN

Inst. Dr. A. Selçuk KÖYLÜOĞLU

Asst. Prof. Dr. Abdurrahman GÜMRAH

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin kişilik özellikleri ile finansal iyilik hali ve risk alma tutumu arasındaki ilişkiyi incelemektir. Ayrıca tüketicilerin demografik özelliklerine göre kişilik özellikleri ile finansal iyilik hali ve risk alma tutumunun farklılaşıp farklılaşmadığı da tespit edilecektir. Bu amaçla çalışmada Selçuk Üniversitesi'nde öğrenim gören 400 öğrenci üzerinde bir anket uygulaması gerçekleştirilecektir. Çalışmada kişilik özellikleri (Five Factor), finansal iyilik hali ve risk alma tutumu ölçekleri kullanılacaktır. Araştırmada anket yoluyla elde edilecek verilere parametrik veya non-parametrik testler uygulanacaktır. Konuya ilişkin olarak gerçekleştirilen literatür taramasında, tüketicilerin kişilik özellikleri ile finansal iyilik hali ve risk alma tutumu arasındaki ilişkiyi inceleyen her hangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu durum yapılacak olan bu araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kişilik Özellikleri, Finansal İyilik Hali, Risk Alma Tutumu.

Örgütsel Sosyalleşmenin Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatminine Etkisi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Örneği – 415

Inst. Fatih İbrahim KURŞUNMADEN

Selçuk University, SBMYO
kursunmaden@selcuk.edu.tr

ÖZET

Örgütsel sosyalleşme hem örgüt hem de çalışan açısından meydana gelen sonuçlar nedeniyle önemli bir konu olma özelliğini bünyesinde bulundurmaktadır. Bu çalışmada örgütsel sosyalleşmenin bu önemi, beraberinde getirdiği sonuçlardan öngörülen örgütsel bağlılık ve iş tatmini bakımından ele alınmıştır. Bu amaçla, bu çalışmada örgütsel sosyalleşme kavramı ayrıntılı olarak incelenmiştir. Çalışmada söz konusu kavramlara ilişkin teorik bir çerçeve ortaya konmaya çalışılmış ve bu kavramlar arasında öngörülen ilişkiyi ortaya koymak için Selçuk Üniversitesinde alan araştırması yapılmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilen alan araştırmasından toplanan veriler, örgütsel sosyalleşme, örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasında pozitif bir ilişki olduğunu doğrular nitelikte olmuştur. Buna göre alınan veriler doğrultusunda, çalışanların örgütsel sosyalleşme düzeyinin artmasının, çalıştıkları örgüte duydukları bağlılık düzeyinin artacağı ve iş tatminin de artıracığı sonucuna varılmıştır

Anahtar Kelimeler: Sosyalleşme, örgütsel sosyalleşme, örgütsel bağlılık, iş tatmini

Empirical Study of the Branding Strategy in Influencing Brand Equity Amongst Youth: The Case of Pakistan Luxury Apparel Industry – 416

Junaid KHAN

University of the West of Scotland
junaidkhan00@hotmail.com

ABSTRACT

The term luxury branding has gained significant attention from consumers and marketers in the recent years. Marketers adopt different strategies to get customer attention and build strong brand equity. This study explores the key branding strategies influencing young consumers to purchase a domestic luxury apparel brand in Pakistan and examine how these strategies build strong brand equity in the Pakistan domestic luxury apparel industry. The study has also provided an in-depth understanding between 'old luxury' and 'new luxury'. The brand equity creation model from Yoo, Donthu and Lee's study (2000) is expanded in this study to examine the key branding strategies and four dimensions of brand equity, that is, perceived quality, brand loyalty, brand awareness and brand association. A domestic luxury apparel brand "The house of Arsalan Iqbal" was taken in this study as a case and one of their outlets in the biggest city of Pakistan 'Karachi' was chosen for data collection and field work. The study has used the social constructivism approach to construct the hidden knowledge from the participants. So, 25 young consumers were interviewed to gather empirical data and 1 focus group of 8 employees was also conducted to explore multiple realities. The empirical findings of this study were made reliable through triangulation technique. The results show that store image, brand elements, Influencers and Web advertising are the key strategies which influence young consumers in Pakistan to buy a domestic luxury apparel and these strategies also build strong brand equity in the domestic luxury apparel industry. The study also explores that frequent price promotions have negative effects on brand quality level and brand image among young consumers in Pakistan. This is the first study of its kind conducted in the context of Pakistan domestic luxury apparel industry and will help domestic luxury apparel brands to build strong brand equity among young consumers.

The Role of Gender on Nomophobia and Smartphone User: The Case of Northern Cyprus – 417

Nasim NIKSIAR

Eastern Mediterrean University/Faculty of Education
nasim1985niksiar@yahoo.com

Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN

Cyprus Social Science University/ Faculty of Human and Social Sciences
ozlem.altun@kisbu.edu.tr

Res. Asst. Mehmet Necati CIZRELIOĞULLARI

Eastern Mediterrean University/Faculty of Tourism
mehmet.cizreli@emu.edu.tr

ABSTRACT

Nomophobia is regarded as a modern age phobia taken place in human beings' life via the interaction of products between mobile information and communication technologies (especially smartphones), and people. The current study was investigated to provide some literature for the nomophobia through defining some aspects of nomophobia and smartphone use thanks to a questionnaire conducted on nomophobia. The purpose of the current study is to seek the role of gender on nomophobia and smartphone usage in the Northern part of Cyprus. For this purpose, 250 questionnaires were conducted and 205 of which were gathered among IT students consisting of four different age groups. Statistical analysis has been utilized via IBM SPSS Statics 22.0 program. The collected data was analyzed with factor analysis, regression analysis, correlation test, descriptive statistics, and t-Test. Though there was a correlative relationship between Nomophobia and gender, no significant relationship was caught for the smartphones. It is envisaged that further researches into phenomenon of nomophobia is remarkable, and that the NMP-Q as a self-reported measure of nomophobia can be utilized efficiently for future research.

Keywords: Nomophobia, Nomophobia situation & IT Students, Smartphones, North Cyprus

Nomofobi ve Akıllı Telefon Kullanıcılarında Cinsiyetin Rolü: Kuzey Kıbrıs Örneği

ÖZET

Nomophobia; mobil bilgi, iletişim teknolojileri (özellikle akıllı telefonlar) ve insanlar arasındaki ürünlerin etkileşimi yoluyla insanın hayatında yer alan modern bir çağ fobisi olarak kabul edilir. Bu çalışma, nomofobi üzerine yapılan bir anket sayesinde nomofobinin ve akıllı telefon kullanımının bazı yönlerini tanımlayarak cinsiyetin nomofobiye yönelik etkisini inceleyip literatür katkı sağlamak için araştırılmıştır. Bu çalışmanın amacı, cinsiyetin Kıbrıs'ın kuzey kesimindeki nomofobi ve akıllı telefon kullanımı üzerindeki rolünü araştırmaktır. Bu amaçla 250 anket yapılmış ve bunlardan 205'i dört farklı yaş grubundan oluşan Bilgi teknolojileri bölümüne kayıtlı öğrenciler arasından veri toplanmıştır. İstatistiksel analiz, SPSS 22.0 programı ile yapılmıştır. Toplanan veriler faktör analizi, regresyon analizi, korelasyon testi, tanımlayıcı istatistikler ve t-Testi ile analiz edilmiştir. Araştırmanın bulgularında, Nomofobi ve cinsiyet arasında bir ilişki olduğu halde, akıllı telefon kullanıcıları için anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. İleriki çalışmalarda, Nomofobi olgusu üzerine daha fazla araştırma yapılması dikkat çekicidir ve gelecekteki araştırmalar için Nomofobi olgusunu verimli bir şekilde kullanılabileceği öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Nomofobi, Nomofobi durumu ve Bilgi Teknolojileri Öğrencileri, Akıllı Telefonlar, Kuzey Kıbrıs

Algılanan Örgütsel Desteğin İlişkisel Ağı Üzerine Ulusal Yazında Bir Meta-Analiz Çalışması – 418

Res. Assist. Dr. Deniz DİRİK
Manisa Celal Bayar University, FEAS
deniz.ispirli@cbu.edu.tr

ÖZET

Algılanan örgütsel destek (AÖD) kuramı (Eisenberger, Huntington, Hutchison, & Sowa, 1986), çalışanların mutluluğuna ve örgüte katkılarına atfedilen kurumsal değer ile çalışanlar nezdinde örgütün nasıl algılandığı ekseninde şekillenen kuramsal bir çerçevedir. Örgütsel destek kuramına göre, algılanan örgütsel destek, örgütün çalışanlara yönelik muamelesinin ardında yatan temel motivasyonların ve genel niyetin çalışanlarca belirli faktörlere atfedilerek değerlendirilmesi sonucu oluşmaktadır. Pozitif algılanan örgütsel destek aracılığıyla, çalışanlar, karşılıklılık ve sosyal mübadele bağlamında elde ettikleri sosyal ve maddi kaynakların etkisiyle birtakım davranışlara sevk olmaktadır. Nitekim, algılanan örgütsel destek, sosyo-duygusal ihtiyaçları (onaylanma, saygı, bağlılık ve duygusal destek) uyararak, çalışanların örgütle özdeşleşmelerini, örgüte bağlılık ve örgütsel amaçların gerçekleştirilmesine katkıda bulunma ihtiyacı duymalarını ve psikolojik iyi oluşlarının artmasını sağlamaktadır (Kurtessis, Eisenberger, Ford, Buffardi, Stewart, & Adis, 2015). Kuramsal ve ampirik bir yapı olarak algılanan örgütsel destek, örgütsel davranış yazınına konu olan iş tatmini, performans, örgütsel bağlılık gibi çok sayıda tutum ve algıyla güçlü ilişkiler gösteren (Rhoades, & Eisenberger, 2002; Riggall, Edmonson, & Hansen, 2009) ve örgütsel süreçleri/sonuçları yordayan/düzenleyen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Örgüt ve çalışan arasındaki ilişkilerde örgütsel güvenin rolünü ortaya çıkaran sistematik incelemeler belirli periyotlarla uluslararası yazında yer bulmaktadır. Türkiye’de ve Türk örneklemelerden toplanan veriler bağlamında yapılan örgütsel destek konulu çalışmaların nasıl bir panorama arz ettiğinin incelendiği bir çalışmaya ise tarafımızca rastlanmamıştır. Bu bağlamda çalışmada, ulusal yazın kapsamında algılanan örgütsel destek konusunda yapılan ampirik araştırmalar üzerinden sistematik bir inceleme yapılması hedeflenmektedir. Spesifik olarak bu çalışma, ulusal/uluslararası nitelikli hakemli dergilerde yayımlanan ve Türk örneklemelerinden toplanan ampirik veriye dayalı makaleler üzerinden, algılanan örgütsel destek konusunun ilişkili olduğu öncü değişkenleri ve sonuç değişkenlerini meta-analitik yöntemle incelemeyi ve örgütsel destek algısının ilişkili olduğu değişkenlerin detaylı bir modelini ortaya koymayı hedeflemektedir.

Araştırmanın modeli kapsamında şu sorulara yanıt aranmaktadır:

- 1) AÖD hangi öncül değişkenlerle ilişkilendirilmiştir?
- 2) AÖD bu öncüllerle nasıl ve ne düzeylerde bir ilişki göstermiştir?
- 3) AÖD hangi sonuç değişkenleri ile ilişkilendirilmiştir?
- 4) AÖD bu çıktılarla nasıl ve ne düzeylerde bir ilişki göstermiştir?
- 5) Ulusal yazın bağlamında, AÖD’yi etkileyen kişi/örgüt düzeyi değişkenlerin kümesi nedir ve kuram/pratik açılarından vargıları nelerdir?

Çalışmada ayrıca, AÖD konusunda yapılan çalışmaların betimsel bir özeti sunulması, en sık kullanılan işletimselleştirme ve ölçüm araçlarının tespit edilmesi, gelecekte yapılacak çalışmalara yön vermesi muhtemel nişlerin tanımlanması, ulusal AÖD yazınının uluslararası yazınla benzeşen/ayrışan taraflarının tespiti ve AÖD’nin araştırmalara konu olduğu bağlamların (sektör, örneklem türü vb.) tespit edilmesi hedeflenmektedir.

Çalışmanın öncü bulguları, AÖD konusundaki ilk ampirik makalenin görece olarak geç bir tarih olduğunu değerlendirebileceğimiz 2003 yılına ait olduğunu; AÖD’nin ekseriyetle kar amaçlı örgütlerde görev yapan çalışanlara beşli Likert tipinde ölçek uygulanması yoluyla incelendiğini; alt boyutlar açısından yapılan araştırmaların azınlıkta kaldığını; AÖD ile en sık ilişkilendirilen değişkenlerin örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık ve iş tatmini olduğunu ve tüm bu değişkenler ile ilişkilerin orta düzeylerde olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Algılanan örgütsel destek, iş tatmini, performans, örgütsel bağlılık, meta-analiz, Türkiye.

The Nomological Network of Perceived Organizational Support: A Meta-Analysis of the National Literature

ABSTRACT

Perceived organizational support (POS) theory (Eisenberger, Huntington, Hutchison, & Sowa, 1986) offers an explanatory framework analyzing employee attitudes at the intersection of the value that organizations place on employees' well-being and their contribution to the organization as well as how employees perceive their organization. POS theory argues that employees' perception of support is closely linked with their beliefs about organizations' primary motives underlying attitudes towards employees, and how they are evaluated. A positive POS motivates employees towards various behaviors through the influence of social and tangible resources they acquire based on norms of reciprocity and social exchange. POS stimulates employees' socio-emotional needs (needs for approval, esteem, affiliation, and emotional support), and thus increase their level of organizational identification, organizational commitment, enhance their potential to contribute to organizational goals, and their psychological well-being (Kurtessis, Eisenberger, Ford, Buffardi, Stewart, & Adis, 2015). POS has been associated with many organizational behavior constructs such as job satisfaction, performance, organizational commitment among others as a robust predictor and moderator of many organizational processes and outcomes (Rhoades, & Eisenberger, 2002; Riggle, Edmonson, & Hansen, 2009).

Studies that investigate the relationship between organizations and employees with a view to perceived organizational support abound and there are systematic analyses on such phenomena at the international level. However, there are no studies, to our knowledge, investigating the POS panorama in the context of studies featuring samples from Turkey. To this end, this study attempts to make a systematic review of previous empirical studies on POS in the context of national literature. Specifically, the study meta-analytically investigates the relationships between POS and outcomes/antecedents in order to identify the nomological network of the construct of perceived organizational support based on peer-reviewed articles and Turkish samples. The study seeks to answer the following:

- 1) What are the antecedents of POS?
- 2) What is the power and direction of relationships between POS and antecedents?
- 3) What are the outcomes of POS?
- 4) What is the power and direction of relationships between POS and outcomes?
- 5) What is the set of individual/organizational level variables affecting POS and what are the practical/theoretical implications of those relationships?

The study also attempts; a) to describe the current state of the literature on POS, b) to identify the most frequently used items for operationalizing POS, c) to discover potential niche areas and gaps for future research, d) to find out similarities/differences between national and international literature on POS, and finally e) to designate the factors relevant to contextualization of POS (i.e. the sector, the sample, etc.).

The preliminary findings suggest that the first peer-reviewed article dates back to 2003—a relatively close date; that POS is almost always analyzed through administering a 5-point Likert survey to employees of profit-oriented organizations; that studies based on subscale analysis are scarce; that the most frequently investigated variables are organizational commitment, organizational citizenship, and job satisfaction with a moderate level of relationship.

Keywords: Perceived organizational support, job satisfaction, performance, organizational commitment, meta-analysis, Turkey.

KAYNAKÇA

Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Does pay for performance increase or decrease perceived self-determination and intrinsic motivation? *Journal of Personality and Social Psychology*, 77: 1026-1040.

- Kepes, S., McDaniel, M. A., Brannick, M. T., & Banks, G. C. (2013). Meta-analytic reviews in the organizational sciences: Two meta-analytic schools on the way to MARS (the Meta-analytic Reporting Standards). *Journal of Business and Psychology*, 28: 123-143.
- Kurtessis, J. N., Eisenberger, R., Ford, M. T., Buffardi, L. C., Stewart, K. A., & Adis, C. S. (2017). Perceived organizational support: A meta-analytic evaluation of organizational support theory. *Journal of Management*, 43(6), 1854-1884.
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87: 698-714.
- Riggle, R. J., Edmondson, D. R., & Hansen, J. D. (2009). A meta-analysis of the relationship between perceived organizational support and job outcomes: 20 years of research. *Journal of Business Research*, 62:1027-1030.

Türkiye’deki Alternatif Turizm Türlerinden Medikal Turizm: Türkiye’de Medikal Turizmin Gelişimi ve SWOT Analizi – 419

Asst. Prof. Dr. H. Neyir TEKELİ

İstanbul Kültür University
n.tekeli@iku.edu.tr

ÖZET

Bacasız sanayi olarak adlandırılan turizm endüstrisinden gelir sağlamak isteyen ülkeler için en önemli hususlardan biri; turist sayısını artırmak ve bu pazardan pay elde etmektir. Gün geçtikçe artan bir ivme de seyreden ve alternatif turizm türlerinden olan sağlık turizmi, bazen kişilerin zorunluluğundan; bazen de daha sağlıklı olma isteklerinden ortaya çıkmış olan bir turizm koludur. Sağlık turizmi ve medikal turizm birbirlerinden farklı iki alternatif turizm çeşididir. Sadece tıbbi tedavi amacı güdülen yolculuklar medikal turizm kapsamında incelenirken; spa, termal kaynaklar veya dinlenme amacı ile yapılan diğer turistik faaliyetler genellikle sağlık turizmi içerisinde değerlendirilmektedir.

Medikal turizmin yükselen trenddeki arzı birçok ülke tarafından fırsat olarak görülmüştür. Bu talebi karşılamak için gerekli alt yapı, hastaneler, işi gücü, teknolojik donanım ve acente ağları oluşturulmuştur. Asya ülkeleri liderliğinde geliştirilen bu sektör; Ortadoğu ve Güney Amerika coğrafyalarında da rekabet ortamına yol açmaktadır. Türkiye bu rekabet ortamında; özel sektör ve devlet girişimi ile akredite kuruluş, nitelikli başhekim ve personel sayılarında artış sağlamıştır. Bugün Türkiye medikal turizm için en elverişli lokasyonlardan biri haline gelmiştir.

Bu çalışmada; alternatif turizm türlerinden medikal turizm üzerinde durulacaktır. Türkiye’nin sahip olduğu potansiyel, sektörel veriler, arz ve alt yapı durumu, SWOT analizi yapılarak yani Türkiye’nin sahip olduğu güçlü ve zayıf yönlerin yanı sıra fırsatlar ve tehditler irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Turizm, Medikal Turizm, Türkiye’de Medikal Turizmin Gelişimi, Medikal Turizmin SWOT Analizi

One of the Alternative Tourism Types in Turkey, Medical Tourism: Development of Medical Tourism in Turkey and SWOT Analysis

ABSTRACT

One of the most important issues for the countries that want to generate income from the tourism industry called as smokeless industry is to increase the number of tourists and get share from this market. Health tourism is one of the tourism arms which is one of the alternative tourism types and has an increasing acceleration day by day, and which is emerged sometimes due to the necessity of individuals and sometimes emerged from the individuals wish to be healthier. Health tourism and medical tourism are two different types of tourism. While travels aiming only for medical treatment are examined within the scope of medical tourism; spa, thermal resources or other touristic activities with the purpose of rest are generally considered in the health tourism.

The supply of medical tourism in rising trend has been seen as an opportunity by many countries. In order to meet this demand, necessary infrastructures, hospitals, work forces, technological equipments and agency networks were established. Developed under the leadership of Asian countries, this sector also leads to a competitive environment in the Middle East and South America. In this competitive environment, together with the private sector and government initiative Turkey has increased the number of accredited organizations, employees, and qualified head doctors. Today, Turkey has become one of the most convenient locations for the medical tourism.

In this study, we will focus on medical tourism which is one of the alternative tourism types. With SWOT analysis, the potential that Turkey has, sectoral data, supply and infrastructure status will be discussed. In other words, with the strengths and weaknesses Turkey has, opportunities and threats to the Turkey will be discussed as well.

Keywords: Alternative Tourism, Medical Tourism, Medical Tourism Development in Turkey, SWOT Analysis of Medical Tourism

The Advancement and Improvement of Sharing Corporate Social Responsibility (CSR) in the Garment Industry of Bangladesh – 420

Mohammad ALI

Doctoral Research Student, University of the West of Scotland
lalling4242@googlemail.com

ABSTRACT

The concept 'Corporate Social Responsibility' has become a buzz term as well as a social phenomenon that would highly influence the people, the planet, and the economy. In today's dynamic and complex business environment, most organisations view CSR as a strategic tool to gain competitive advantage and long-term sustainability. Keeping this in view, the study selected the Bangladeshi garment industry, as the industry has repeatedly gained wider attention in the national and global media due to several incidents, especially the collapse of Rana Plaza, and fire incidence of Tazrin fashion. However, the study strives to shed light on scrutinising the CSR practice status globally and in Bangladesh, paying attention to the practices that the Bangladeshi garment industry has in place while evaluating their effectiveness in ensuring ethical and responsible practices.

The in-depth scholarly research underpinned pragmatism to reconcile both objectivism and subjectivism in terms of answering specific research questions, and to apply the basic concepts of pragmatism, including facts, ideas, concepts, theories, and hypothesis with particular focus on their specific contexts. With regards to the pragmatism research philosophy, the study started with describing the research problem, and strived to identify practical solutions for future practice. Then, it contributed to generate practical solution of the problems for improving the future CSR practices in the garment industry of Bangladesh. Moreover, the pragmatism enabled the study to use multiple methods for addressing the research objectives, and answering the research question.

The study selected a mixed method research as a better methodological consideration of the study. The use of mixed method involved collecting quantitative data from 597 participants, and qualitative data from 10 participants. The quantitative data was collected by conducting a cross sectional survey, whereas the in-depth semi-structured interviews were carried out to collect qualitative data. Due to using both qualitative and quantitative methods, the research is based on mixed method research. Whereas the SPSS 20 version was used to analyse the quantitative data, whereas qualitative data is analysed by using a thematic approach. The most significant areas of the company's operation were climate change, followed by socially responsible investment, partnership with the community, system of governance transparency and relationship with investors and shareholders. Alternatively, cause-related marketing and social partnership were the less preferable areas of the company's CSR practice. The majority of the respondents considered child labour, irregular work and overtime.

The analysis of the measures for reducing the environmental impact show that mobility management, life cycle assessment processes, management of environmental safety, energy saving, sustainable packaging, and the development of an environmental friendly product were the most significant measures adopted by company to reduce the environmental impact. The qualitative analysis of the study found that sustainability involves considering the long-term consequences of our industry and manufacture. Economic sustainability involves developing long-lasting systems of our trade, while, ensuring that these systems have a lesser impact on the environment than previous methods. Corporate sustainability, meanwhile, focuses upon the environmental and social impact of our business actions. The study recommends that the Bangladeshi garment industry should address several issues, including an effective supplier policy, increasing customer satisfaction and loyalty, creating a strong liaison with government and stakeholders, considering the commercial advantage of new market, recruiting highly skilled and talented people. It also recommends developing a sophisticated policy of CSR, increasing employee safety and benefit, reducing carbon emissions, which create, greenhouse gas, and using renewable energy, devising an effective CSR communication tool, not recruiting garment workers, under the age of 18, an effective human resource management policy, an environmental policy, providing clear and adequate information of their products and services and creating a strong liaison with financial institution to get a better access to credit.

An Explorative Analysis of Knowledge Management and Organisational Performance: the case of Logistics Sector – 421

Krishnaveni NAIDOO

University of the West of Scotland, Department of Business and Enterprise
B00312849@studentmail.uws.ac.uk

Dr. Dababrata CHOWDHURY

University of Suffolk
D.Chowdhury@uos.ac.uk

ABSTRACT

Knowledge management is considered to be a process and technique of capturing, improving, sharing, and implementing the application of organizational knowledge effectively and efficiently; thereby driving a significant enhancement on the overall productivity of an organization (Davenport, 1994). It has crucial roles in an organization, that facilitates achieving underlying objectives of the organization and impacts individual employee performance. (Ferguson, 2005).

Purpose: The purpose of this study is to analyse the influence of knowledge management on organisational performance and to recommend steps to utilise knowledge management to enhance organisational performance within the Logistics sector. The researcher has chosen this topic to examine the factors by which knowledge management is influencing organisational performances. The significance of knowledge management underlies in modifying and improving organisational knowledge for better practice of knowledge and information in different tasks within the business environment. The importance of this particular concept helps to improve organisational behaviour and better decisions of employees through effective use of gathering ideas and information within the organisation. This research will enable the readers to understand that acquiring knowledge can help them to better understand ways to organize and share it. This study is important because it aims to shed light on the fact, of how knowledge management can influence a company's organizational performance in production in generating a healthy attitude and helps to sustain competitive advantage for the business.

Research Design & Methodology

This research aims to bring theoretical, empirical and practical evidences of knowledge management in the logistic sector. This research plan aims to outline fundamental elements of Knowledge management practice within an organisation and the significance of this research. The design focuses on various layers of the research study that will be helpful in identifying the rich elements related to the topic. A mixed method approach will be followed comprising of an empirical questionnaire survey which will be carried out at the selected organisation, then followed by an interview scheduled of senior management. Quantitative data will be analysed through statistical software techniques. In addition qualitative data will be explored using thematic analysis. Moreover, qualitative methods will be used to support the research hypotheses for further understanding of the concept.

Research Limitation

The evaluation of key knowledge management enablers and the implementation process and retention of organisational knowledge would always prove be difficult to achieve.

Keywords: Knowledge Management Application, Organisational performance non- financial measures, Leadership, Motivation, communication, Organisational culture, Training and Development, Teamwork, Rewards and Incentives, Knowledge Transfer, Knowledge Sharing, Productivity, Employee satisfaction, Recognition, Appraisal, Attitude and Ability.

Ağızdan Ağıza İletişimin Tüketici Temelli Marka Değerine Etkisi: Elektronik Ürünler Pazarında Z Nesli Üzerine Bir Araştırma – 422

Asst. Prof. Dr. İsmail ELAGÖZ

Çanakkale Onsekizmart University
ismailelagoz@comu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA

Çanakkale Onsekizmart University
polatyucekaya@gmail.com

ÖZET

Ağızdan ağıza iletişim; aile üyeleri, arkadaşlar, ürün veya hizmet sağlayıcılar ve işletmeden bağımsız uzman kişiler gibi gruplar arasında olumlu veya olumsuz olarak gerçekleşen sözel iletişim şeklidir. Tüketici temelli marka değeri ise, tüketicilerin markaya atfettiği değer olarak tanımlanmakta ve tüketicilerin satın alma kararlarında çok önemli rol oynayan bir unsur olarak ifade edilmektedir. Bu araştırmanın temel amacı; ağızdan ağıza iletişimin, tüketici temelli marka değerine etkisini ölçmektir. Bu amaçla teknoloji kuşağı olarak da ifade edilen Z nesli, elektronik ürünler bağlamında incelenecektir. Bu araştırma için Ankara, İzmir ve Çanakkale’de üniversite öğrencisi olan 453 personel ile anket yöntemi uygulanarak 2019 yılı Şubat-Nisan aylarını kapsayan dönemde kolayda örneklem yöntemi ile veri toplanmıştır. Ankette AAİ için; Godes and Mayzlin (2004), Goyette et al., (2010), Samutachak and Li (2012) çalışmalarından alınan ve 6 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Tüketici temelli marka değeri için ise, Aaker (1991) tarafından geliştirilen ve 21 ifadeden oluşan ölçeklerden yararlanılmıştır. Toplanan verilere T testi, ANOVA, güvenilirlik analizi, faktör analizi, korelasyon ve regresyon, analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre AAİ tüketici temelli marka değerini pozitif yönde etkilemektedir. Bununla beraber tüketici temelli marka değeri cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ağızdan Ağıza İletişim, Tüketici Temelli Marka Değeri, Z Nesli

The Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Based Brand Value: A Research on Z Generation in Electronic Products Market

ABSTRACT

Word to mouth communication is a form of positive or negative verbal communication made between groups such as family members, friends, product or service providers and business independent experts. Consumer-based brand value is defined as the value that consumers attribute to the brand and it is expressed as a factor that plays a very important role in the purchasing decisions of consumers. The main purpose of this research is to measure the effect of word to mouth communication on consumer based brand value. For this purpose, the Z generation, which is also referred to as the technology generation, will be examined in the context of electronic products. For this research, a survey was conducted to 453 university students in Ankara, İzmir and Çanakkale 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. For consumer-based brand value, a scale consisting of 21 expressions developed by Aaker (1991) was used. 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 consumer-based brand value. However, consumer-based brand value varies according to gender.

Keywords: Word Of Mouth Communication, Consumer Based Brand Value, Z Generation.

Piyasaların Ve İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi İle Ulusal Yükseköğretim Başarısının, Ulusal Rekabet Gücü Başarısı Üzerindeki Etkisi: Seçilmiş OECD Ülkelerinde Panel Veri Analizi – 423

Dr. Karahan KARA

karahan.kara@hotmail.com

Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA

Çanakkale Onsekizmart University

polatyucekaya@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, piyasaların ve iş dünyasının gelişmişlik düzeyi ile ulusal yükseköğretim başarısının, ulusal rekabet gücü başarısı üzerindeki etkisini tespit etmektir. Bu amaç ile OECD ülkeleri arasından verileri tam olan da, temel öğrenim odaklı, yenilik odaklı ve rekabet odaklı yükseköğretim ile ulusal rekabet gücü başarı ilişkileri panel veri analiz yöntemiyle tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla 20 OECD ülkesinin verileri temel alınmıştır. Çalışmada kullanılan veriler 2011-2017 yıllarına aittir. Ulusal rekabet başarı verileri The Global Competitiveness Index raporlarından, ulusal yenilik başarı verileri The Global Innovation Index raporlarından, ulusal yükseköğretim başarı verileri The Times Higher Education Supplement raporlarından derlenerek hazırlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre İş dünyasının gelişmişlik başarısı, piyasaların gelişmişlik başarısı ve ulusal yükseköğretim başarısının etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde pozitif yönde, anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gelişmişlik düzeyi, Yükseköğretim Başarısı, Ulusal Rekabet Gücü, Panel Veri Analizi

The Effect of Development Level of Market and Business World and National Higher Education Achievement on National Success of Competitive Power: Panel Data Analysis in the Selected OECD Countries

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the effect of the development level of the markets, business world and national higher education achievement on the success of national competitiveness. For this purpose, 20 OECD countries with full data from OECD were included in the sample group. The relations between national competitiveness and basic education-oriented, innovation-oriented and competition-oriented higher education achievements were determined by panel data analysis method. The data used in this study belong to the years between 2011 and 2017. National competition success data was compiled from The Global Competitiveness Index reports, National innovation success data was compiled from The Global Innovation Index reports, and National higher education achievement data was compiled from The Times Higher Education Supplement reports. According to the results of the research, it has been determined that the success of the business world, the success of the development of the markets and the success of the national higher education have a positive and significant effect on the efficiency of the national competitiveness.

Keywords: Development Level, Higher Education Success, National Competitiveness, Panel Data Analysis.

Çalışanların Öz Yeterlilik Algılarının İç Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisinde Başarı İhtiyacının Düzenleyici Rolü: X ve Y Kuşakları Arası Karşılaştırma – 424

Res. Assist. Taha Yusuf ÇAKAREL
Istanbul Kültür University, FEAS
t.cakarel@iku.edu.tr

Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ
Marmara University, Faculty of Management
denizboru@marmara.edu.tr

Prof. Dr. Mahmut PAKSOY
Istanbul Kültür University, FEAS
m.paksoy@iku.edu.tr

ÖZET

Günümüz küresel dünyasında sürekli değişen ve farklılaşan çevresel koşullar ile birlikte, örgütlerin varlıklarını sürdürebilme ve rekabet avantajı elde etmesinde önem vermesi gereken unsurların başında iç girişimcilik gelmektedir. Yeni bir örgüt kurulması veya kurulu olan bir örgüt ortamının bir takım özellikleri, girişimcilik süreçlerinin farklılaşmasına yol açmaktadır. Kurulu örgütler içerisinde, kurumsallaşmış olan dinamikler karşısında yenilikçi ve değişimci bir dengenin oluşturulmasında örgüt içerisindeki iç girişimcilerin büyük bir rolü vardır. Bu bağlamda iç girişimciler, örgüt içerisindeki girişimci ruhu cesaretlendiren, çalışanlarda yenilikçi potansiyelin ortaya çıkmasına yardımcı olan ve sahip olduğu yetenekler ile birlikte, kurumsal örgütleri girişimci olmaya yönelten en büyük dinamiklerin başında gelmektedir. Sosyal ve bilişsel kuram içerisinde temel bir kavram olarak ifade edilen öz yeterlilik, bireyin çevresinde gerçekleşen olaylar üzerinde etkili olabilecek biçimde bir süreci başlatıp sonuçlandırıcaya kadar sürdüreceğine olan inancı olarak tanımlanmıştır. Bu amaçla bu çalışmada iç girişimcilik süreçlerinin temelinde olan bireylerin kişilik özelliklerini niteleyen öz yeterliliğin iç girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi üzerinde, yine kişilik özellikleri arasında bulunan başarı ihtiyacı düzenleyici rolü kuşaklararası karşılaştırma yapılarak incelenecektir. X ve Y kuşakları arasında karşılaştırmalı gerçekleştirilecek olan bu çalışmada çalışanların öz yeterlilik algılarının iç girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisinin ne derecede ve hangi yönde var olduğu ortaya konmak istenmekle beraber, bu süreç içerisinde başarı ihtiyacının nasıl bir düzenleyici etkiye sahip olduğu araştırılacaktır. Gerçekleştirilecek olan bu çalışmada, kuşakların bu ilişkide bir farklılık gösterip göstermediği araştırma sorusu olarak incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Öz Yeterlilik, İç Girişimcilik, Başarı İhtiyacı.

The Moderating Role of Need for Achievement in Self-Efficacy Perceptions of Employees in the Effect on the Intrapreneurship Tendency: The Evaluation of the X and Y Generations

ABSTRACT

In today's global world, with the ever-changing and differentiating environmental conditions, intrapreneurship is one of the factors that should give importance to the organizations to sustain their assets and to gain a competitive advantage. The establishment of a new organization or a set of characteristics of an organizational environment leads to differentiation of entrepreneurship processes. The intrapreneurship in the organization have a big role in the establishment of an innovative and changeable balance in the established organizations against the institutionalized dynamics. In this context, intrapreneurs are one of the biggest dynamics that encourage the entrepreneurial spirit within the organization, help the employees to develop the innovative potential and lead the corporate organizations to be entrepreneurs. Self-efficacy, which is expressed as a basic concept in social and cognitive theory, has been defined as the belief that the individual will continue until he or she initiates and finalizes a process that can affect the events taking place in his / her environment. For this purpose, in this study, the effect of self - efficacy on intrapreneurship tendencies that characterize the personality traits of individuals who are the

basis of intrapreneurship processes, and the success requirement among personality traits will be examined through inter - generational comparison. In this study, which will be performed comparatively between X and Y generations, it is aimed to determine the degree and extent of the effects of self-efficacy perceptions on intrapreneurship tendencies. In this research to be carried out, it will be examined as a research question whether the generations differ in this relationship.

Keywords: Self-Efficacy, Intrapreneuship, Need for Achievement.

Beş Faktör Kişilik Modeli Girişimcilik Niyetini Etkiler mi? – 425

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Aksaray University
hkaradal@gmail.com

Asst. Prof. Dr. M. Halit YILDIRIM

Aksaray University
yildirimmh@gmail.com

ÖZET

Girişimcilik niyeti, girişimcilik faaliyetinde bulunmayı amaçlayan girişimcinin, çevresindeki olası fırsatlara yönelik değerlendirmeler yapması sonucunda bir işletme kurması süreciyle birlikte girişimi başlatma niyeti olarak belirtilmektedir (Karabey, 2013: 147). Kişilik ise bireyin doğuştan sahip olduğu ve hayatı boyunca kazandığı ve elde ettiği bu kazanımları sayesinde diğer bireylerden ayrıldığı, ayırt edici özellikleri olarak nitelendirilmektedir (Doğan, 2013). Bu çerçevede araştırmacının amacı, Aksaray Üniversitesi öğrencilerinin kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine etkilerinin incelenmesidir. Bu kapsamda kişilik modelleriyle girişimcilik niyeti kavramları hakkında ilişkiler açıklanarak üniversite öğrencileri üzerinde bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda öğrencilerin beş faktör kişilik modellerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Beş Faktör Kişilik Modeli, Girişimcilik Niyeti.

Does the Five Factor Personality Model Affect the Entrepreneurship Intention?

ABSTRACT

Entrepreneurship intention is defined as the intention of the entrepreneur, who intends to engage in entrepreneurship activities, with the process of establishing a business as a result of making evaluations about possible opportunities in his / her environment (Karabey, 2013: 147). Personality is defined as the distinctive features of the individual, which is inherent and distinguishes it from other individuals thanks to these gains that he has gained and gained throughout his life (Doğan, 2013). In this context, the aim of the researcher is to examine the effects of personality traits of students of Aksaray University on entrepreneurship intention. In this case, the relationship between personality models and entrepreneurial intention concepts was explained and an application was applied to university students. At the end of the study, the effects of five factor personality models on the intention of entrepreneurship were tried to be put forward.

Keywords: Entrepreneurship, Five Factor Personality Model, Entrepreneurship Intention.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa
**Bilgi Paylaşımı Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemi ile
İncelenmesi – 426**

Asst. Prof. Dr. M. Halit YILDIRIM

Aksaray University
yildirimmh@gmail.com

Yalçın GÜMÜŞSOY

Aksaray University
yalcin_gumussoy68@hotmail.com

ÖZET

Örgütlerin küresel değişimlere karşı esnek bir yapı sergilemeleri gerekliliği kaçınılmaz bir gerçek olarak düşünülmektedir. Bu değişimleri avantaja dönüştürebilen örgütlerin yaşamlarını sürdürebilecekleri apaçıktır. Bu bağlamda alan yazında bilgi paylaşımı olarak karşımıza çıkan kavrama göre yenilikçi olan, risk alabilen, avantaj ve dezavantajlara karşı proaktivitesi yüksek olan örgütlerin, dış etkenlerden daha az etkilenecek, daha esnek bir yapı sergileyecekleri belirtilmektedir. Bu noktada bilgi paylaşımının örgütler açısından önemli bir boyut olduğu görülecektir. Bilgi paylaşımının bu kadar önemli olmasına karşın alan yazında ilgili konu hakkında yapılmış çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu bağlamdan hareket edilerek bu araştırma kapsamında, bilgi paylaşımı konusunda yayımlanmış lisansüstü tezler yöntem ve içerik açısından incelenmektedir. Araştırma kapsamında irdelenen tezler, Yükseköğretim Kurulu bünyesindeki Ulusal Tez Merkezi'nden elde edilmiştir. Ulaşılan çalışmalar; kullanılan yöntem, anahtar kelime, yabancı kaynak oranı, kelime sayısı, ve metin içerisinde geçen “bilgi paylaşımı” kelime sayısı açısından içerik analizi yöntemi ile incelenmektedir. Araştırma kapsamında hedeflenen gelecekte konu hakkında yapılacak çalışmalara yön verebilme düşüncesidir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi paylaşımı, Bilgi, İçerik Analizi

Research With A Content Analysis Method Of The Studies On Knowledge Sharing

ABSTRACT

It is inevitable that organizations need to exhibit a flexible structure against the constant changes in global. It is obvious that only those organizations that can transform these changes are able to survive. In this context, it is stated that organizations that are innovative according to the concept of knowledge sharpener in the article, who take risk and who have high proactivity against advantages and disadvantages, will be less affected by external factors and exhibit a more flexible structure. At this point, it will be seen that knowledge sharpener is an important dimension in terms of organizations. Despite the fact that knowledge sharpener is so important, it seems that the studies on the subject are very limited. Based on this context, within the scope of this research, postgraduate dissertations on knowledge sharpener are examined in terms of methods and content. These studies have been accessed through the official web site of National Council of Higher Education. Works reached; the method used is analyzed by content analysis method in terms of the number of keywords, foreign resources ratio, number of words, and the number of “knowledge sharpener” in the text. The aim of the research is to be able to give direction to the work to be done about the subject in the future.

Keywords: Knowledge sharing, Knowledge, Content Analysis

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Girişimcilik Niyeti Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi – 427

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Aksaray University
hkaradal@gmail.com

Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Selçuk University
ahmeterdem@selcuk.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik niyeti, girişimcilik anlamında bir yönelim, belirli bir niyet sonucunda gerçekleştirilen planlanmış davranışlar olarak ifade edilmektedir (Kahya ve İmamoğlu, 2015). Bu kapsamda bireylerin dış çevreleri tarafından oluşan engeller ve sorunlar karşısında girişimcilik düşüncesini geliştirebilme ve girişimcilik hevesinde olma durumu olarak da düşünülmektedir. Girişimcilik niyetinin girişimcilik faaliyetindeki önemi büyük olmakla birlikte ilgili alan yazında girişimcilik niyeti ile ilgili çalışmaların az sayıda olduğu görülmektedir. Bu nedenle araştırma kapsamında, girişimcilik niyeti kavramı ile ilgili yayımlanmış lisansüstü tezler içerik ve yöntem kapsamında değerlendirilmektedir. Araştırma kapsamında ele alınan tezler, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nden elde edilmiştir. Söz konusu çalışmalar; kullanılan anahtar kelime, yabancı kaynak kullanım oranı, metodoloji, kelime miktarı ve çalışmaların metinlerinde kullanılan “girişimcilik niyeti” kelime sayısı bakımından içerik analizi metodu kullanılarak incelenmiştir. Araştırma kapsamında amaçlanan konu hakkında araştırma yapacak yazarlara ışık tutma düşüncesidir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Niyeti, İçerik Analizi

Investigation of Entrepreneurship Intent with Content Analysis Method

ABSTRACT

Entrepreneurship intention is expressed as an orientation in the sense of entrepreneurship and planned behaviors realized as a result of a specific intention (Kahya & İmamoğlu, 2015). In this context, it is also considered as a condition to develop entrepreneurial thinking and to be enthusiastic about entrepreneurship in the face of obstacles and problems created by the external environment of individuals. Although the importance of entrepreneurship intention in entrepreneurship activity is great, it is seen that there are few studies about entrepreneurship intention in the literature. Therefore, published graduate theses about the concept of entrepreneurship intention are evaluated within the context of content and method. The theses covered by the research were obtained from the National Thesis Center of the Higher Education Council. The studies in question; The key words used, foreign resource utilization rate, methodology, word amount and “entrepreneurial intention” used in the texts of the studies were analyzed using content analysis method. The aim of the research is to shed light on the authors who will do research on the subject.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Intent, Content Analysis

Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Harry Potter - 428

Prof. Dr. Sezer AKARCAI

Ankara University, Communication faculty
akarcalisezer@yahoo.com

ÖZET

Harry Potter romanları ağlar toplumu içerisinde küresel olarak dağıtılan Kültür Endüstrisi ürünler olup Harry Potter'ın dünyası, Batı dünyasının geçmiş inançlarının toplamının yaratıcılıkla birleştirilmesi ile oluşturulmuştur.

Öncelikli hedef kitlesi 8-14 yaş arası çocuklardır ve Harry Potter ile sunulan hayat tarzı günümüzün egemen güçlerine ve onların ideolojilerine hizmet etmesi için Kültür Ürününe dönüştürülmüştür.. Harry Potter romanlarının içine ustaca yerleştirilen Hristiyanlık öğeleri ve diğer kültürel kodlar bu amaçla tüm Batı da ve dünyada etkin bir şekilde dağıtılmaya devam etmektedir.

Romanlarda yer alan tüm isimlerin analizini detaylı bir şekilde incelendiğinde Harry Potter romanlarının mitoloji ve Hristiyanlık ile yakından ilgili olduğu görülecektir. Harry Potter romanlarında Hristiyanlık öğretilerinin yer aldığını öte yandan, çok başarılı kurgusu ve çok ince düşünülmüş isimler bir bütün olarak göz önüne alındığında, Hristiyanlık dinin ahlaki öğretilerine yanı sıra Hristiyanlık tarihine de atıfta bulunması dikkat çekmektedir.

Bu çalışmada Harry Potter romanları küresel bir kültür ürünü olarak ele alınmış, uluslararası iletişim ve ağlar toplumundaki yeri incelenmiş yanı sıra bu romanlarda küresel olarak dağıtılan kültürel kodların içeriği araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Harry Potter Romanları, Uluslararası iletişim, popüler Kültür. Kültür Endüstrisi, Ağlar Toplumu

Harry Potter as a Culture Industry Product

ABSTRACT

Harry Potter novels are the globally distributed Cultural Institute products within the networks community, and Harry Potter's world has been created by combining the sum of past beliefs of the Western world with creativity. His primary target group is children between the ages of 8 and 14, and his lifestyle with Harry Potter has been transformed into a Culture Product to serve today's sovereign powers and their ideologies. The Christianity elements and other cultural codes that have been artfully placed into the Harry Potter novels are active for the whole West and the world for this purpose. continue to be distributed. When the analysis of all the names in the novels is analyzed in detail, it will be seen that Harry Potter novels are closely related to mythology and Christianity. On the other hand, it is noteworthy that, in the Harry Potter novels, there are Christian teachings, while the very successful fiction and very thoughtful names are considered as a whole, it refers to the history of Christianity as well as the moral teachings of Christianity.

This study considers the Harry Potter novels as global popular culture products, analyzes their place in the international community of communication and networks, and examines the content of the cultural codes that are globally distributed by these novels.

Keywords: Harry Potter novels, international communication, popular culture.

Çocuklarda Temel Yaşam Desteği Eğitiminin Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Temel Yaşam Desteği Uygulama Beceri Düzeylerine Etkisi –

429

Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR
Gazi Üniversitesi
hsimsekbekir@gmail.com

Inst. Exp. İsmet ÇELEBİ
Gazi Üniversitesi
ismetcelebi17@hotmail.com

ÖZET

Okul öncesi öğretmenleri, okul öncesi eğitim kurumlarında çocukların temel yaşam desteği ihtiyacı doğduğu durumlarda ilk müdahaleyi yapacak kişiler olmaları nedeniyle, temel yaşam desteğini etkili bir şekilde uygulama ve çocukların hayatını kurtarmak için yeterli bilgi ve beceriye sahip olmaları gereklidir. Literatür incelendiğinde TYD eğitiminin sağlık çalışanlarında TYD bilgi ve beceri düzeylerini arttırdığını belirten çalışmalara rastlansa da okul öncesi öğretmen adaylarına yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda, okul öncesi öğretmen adaylarına verilen eğitimin çocuklarda temel yaşam desteği beceri düzeylerine etkisi incelenmesi amaçlanmıştır.

Nicel araştırma desenlerinden yarı deneysel desen olan araştırmanın çalışma grubunu Gazi üniversitesi Eğitim Fakültesi temel eğitim bölümü okul öncesi eğitimi anabilim dalında öğrenim gören ikinci sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan cinsiyet, yaş ve daha önce TYD eğitimi alma durumlarını belirlemeye yönelik sorulardan oluşan genel bilgi formu ile ön ve son testlerde Avrupa resusitasyon konseyinin (ERC) en son 2015 yılında güncellediği temel yaşam desteği algoritmaları kontrol listesi ve çocuk TYD eğitim programı kullanılmıştır. Kontrol listeleri ve uygulanacak eğitim programı ERC'nin 2015 yılında yayınladığı çocuk TYD algoritmasında bulunan 35 işlem basamağından oluşturulmuştur. Çalışma grubuna araştırmanın amacından bahsedilmiş ve çalışmaya katılmaya gönüllü öğretmen adaylarına genel bilgi formu dağıtılmış ve doldurmaları istenmiştir. Daha sonra kontrol listesi eşliğinde bireysel olarak uygulama yaptırılmış ve değerlendirilmiştir. Daha sonra araştırmacı tarafından sınıf ortamında çocuk TYD eğitim programı bir ders saati boyunca uygulanmıştır. Eğitim sonrasında son test olarak kontrol listesi eşliğinde bireysel olarak uygulama yaptırılmış ve değerlendirilmiştir. Üç hafta sonra ise aynı yöntemle kalıcılık testi değerlendirilmesi yapılmıştır. Veriler SPSS 21.0 paket programına işlenecek ve analiz edilmiştir. Okul öncesi öğretmen adaylarına verilen eğitimin çocuklarda temel yaşam desteği beceri düzeylerine etkili olacağı araştırmanın beklenen sonucudur. Araştırma sonuçları tam metinde verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Temel Yaşam Desteği, Çocuk, Okul Öncesi Öğretmen Adayı, TYD Eğitimi, Beceri

Bedenin Metalaşma Süreci Ve Reklam Yoluyla İmaj Yaratımı – 430

Assoc. Prof. Dr. Bülent KARA
Niğde Ömerhalisdemir University, FEF
bkara@ohu.edu.tr

Aliye KAÇMAZ
Niğde Ömerhalisdemir University, FEF
aliyekacmaz@gmail.com

ÖZET

Modern sürecin ilk evresinde zihin/beden şeklinde ortaya çıkan Kartezyen ayrım ile zihin sosyolojide, beden ise daha ziyade doğal bilimlerin alanında incelenmiştir. İlerleyen süreç ile birlikte teknolojik alanda ortaya çıkan yenilikler, feminist hareketlerin hızlanması, tüketim kültürü ve toplumuna paralel olarak medya ve televizyonun bedeni metalaştırması sonucunda insanlar, bedenlerine daha fazla önem vermeye başlamış, beden sosyolojisi alanında akademik bir araştırma konusu haline gelmiştir.

Beden, pastoral iktidarın laikleşmesi ile tüm anatomik ve işlevsel özellikleri bilimsel kurullar tarafından anlaşılabilen bir nesne olarak kabul edilmiştir. Beden yalnızca biyolojik bir unsur olmaktan öte; sosyo kültürel bir unsur haline dönüşmüştür. Bu nedenle vücudun sahip olduğu imaj büyük önem taşır. Vücut burada bedensel ihtiyaçlarına ilişkin yeme ve içme ile olan bağlantısından ziyade; bir ifadenin aracı, estetik düşüncenin bir nesnesi ya da kişilik inşasının modeli olarak düşünülmektedir.

Beden konusu, günümüz dünyasında; spor, estetik, sağlık gibi yaşam ile ilgili her şeyi kapsar. Özellikle medya aracılığıyla gösterilen bir takım idealler, örnekler, modeller vardır; kitlese bir psikoza dönüşen incelik saplantısı, bronz ten, prüzsüz cilt ya da eğlence endüstrisinin yıldızlarına benzeme arzuları tüketim toplumunun ideal bedenine bakılarak üretilmektedir. Her şeyden önemlisi bedenlerimiz en fazla kendimiz olduğumuz, bireysel farklılıklarımızın en açık olduğu yerlerdir. Günümüzde hakim ekonomik sistem olan kapitalizm bedenin sadece işleyişi ile ilgili algılarımızı değil aynı zamanda dış görünüşü ile ilgili algılarımızı da yönlendirerek, bedenlerimizi bir tüketim nesnesi haline getirmiştir. Böylelikle bedenlerimiz sadece giyinme amacıyla değil, aynı zamanda çeşitli süsleme ve estetik kaygılarla da bir teşhir aracı haline gelmiştir.

Anahtar kelimeler: Beden, İmaj yaratımı, Medya, Metalaşma.

Improving Improvement of Physical Metalstanding Process and Advertising by Advertising

ABSTRACT

In the first phase of the modern process, the Cartesian distinction emerged as mind / body, whereas the mind was studied in sociology and the body was studied in the field of natural sciences. As a result of the advancing process, technological innovations, acceleration of feminist movements, media and television in parallel with the consumer culture and society, people started to give more importance to their bodies and became an academic research topic in the field of body sociology.

The body has been accepted as an object which can be understood by the scientific committees with all the anatomical and functional features of the idyllic power. The body is more than just a biological element; has become a socio-cultural element. Therefore, the image that the body has is of great importance. The body here is more about the bodily needs than eating and drinking; the tool of an expression is considered an object of aesthetic thought or a model of personality building.

Body in today's world; sports, aesthetics, health and everything related to life. There are a number of ideals, examples, models, especially shown through the media; The obsession with sophistication turned into a mass psychosis, the desire to resemble the stars of the bronze skin, the smooth skin or the entertainment industry is produced by looking at the ideal body of the consumer society. Above all, our bodies are the ones where we are the most self-evident, our individual differences are most obvious. Today, the prevailing economic system,

capitalism, not only our perceptions about the functioning of the body, but also our perception of its external appearance, has made our bodies an object of consumption. Thus, our bodies not only dressing, but also with a variety of ornament and aesthetic concerns has become an exhibition tool.

Keywords: Body, Image Creation, Media, Metallization

Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı ve Etkileyici Pazarlama (İnfluencer Marketing) Üzerine Bir Analiz – 431

Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ

Beykent University, FEAS
denizbaki@yahoo.com

ÖZET

82 milyon nüfusa sahip Türkiye’de nüfusun %72’si (59.3milyon) İnternet kullanıcısı, %63 ü (52 milyon) aktif sosyal medya kullanıcısı ve %53’ü de (44 milyon) aktif mobil sosyal medya kullanıcısıdır. En aktif sosyal medya platformu Youtube olup, onu Instagram Facebook, Twitter, Snapchat ve LinkedIn takip etmektedir. 11 milyar dolar civarında hesaplanan 2018 yılı Türkiye toplam E-Ticaret harcamalarında en çok harcama, sırasıyla, seyahat, elektronik ürünler, moda ve güzellik ürünleri, oyuncak ve hobi ürünlerine yapılmıştır. Markalar sosyal medyayı, marka bilinirliklerinin artırılması ve sahip oldukları ürünlerin ön plana çıkarılması için kullanmaktadır. Ek olarak firmalar, hayatımıza yavaş yavaş giren sosyal medya etkileyicileri (influencer) üzerinden de reklam çalışmalarına odaklanmaktadır. Türkiye’de faaliyet gösteren 3,1 milyon işletmenin %55’i (1,7 milyon işletme) Facebook, Instagram, Whatsapp ve Facebook Messenger’i kapsayan Facebook uygulamalarını kullanmaktadır. Etkileyiciler (influencer) ise son yıllarda dünyada çeşitli markaların pazarlama stratejilerinde önemli rol oynamaktadır. Ortaya çıkan başarılı sonuçlar bu akımın yaygınlaşması ve birçok marka tarafından benimsenmesine yol açmıştır. Özellikle dünyaya isimlerini duyurmak isteyen ancak büyük ölçekli tanıtıma bütçe ayıramayan markalar, pazarlama çalışmalarında sosyal medyaya yönelerek kampanyalarına belirli etkileyicileri (influencer) dahil etmeyi tercih etmişlerdir. Influencer Marketing (etkileyici pazarlama), Youtube, Facebook, Twitter, Periscope, Instagram gibi sosyal medya kanallarında yüksek takipçi sayılarına sahip kişilerin içerik yoluyla bir ürün ya da marka hakkında deneyimlerini takipçilerine aktarmasıdır. Bu kişilerin sadık bir takipçi kitlesi vardır ve bu kitle influencer’ın deneyimlerinden yararlanmakta, paylaşımlarına güvenmekte ve benimsemektedir. Influencer, (etkileyici) internetin otoritesidir. “Türkiye Influencer Marketing 2018” Araştırmasına göre , insanların %71’i marka ve influencer (etkileyici) işbirliklerini ilgi çekici bulmakta, %51’i Instagram Influencer’larının önerileriyle ürün satın aldığını belirtmekte, % 92’si takip ettiği Influencer’ları arkadaşlarına önermekte ve %72’si de bu işbirliklerinin güvenilir olduğunu düşünmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Etkileyici (İnfluencer), Etkileyici Pazarlama (İnfluencer Marketing)

An Analysis On Social Media Usage and Influencer Marketing in Turkey

ABSTRACT

In Turkey with 82 million population, there are 59.3 million Internet users (%72), 52 million active social media users (63%), and 44 million (%53) active mobile social media users. The most active social media platform is Youtube, and followed by Instagram Facebook, Twitter, Snapchat and LinkedIn. Turkey's total e-commerce spending which is estimated at about \$ 11 billion US Dollar in 2018, most expenditure, respectively, was made to travel, electronic products, fashion and beauty products, toys and hobby products respectively. Brands use social media to increase brand awareness and to highlight the products they have. In addition, companies focus on advertising activities through the influencers of social media, who are slowly entering our lives. 55% of the 3.1 million businesses which operating in Turkey (1.7 million businesses), Facebook, Instagram, and Facebook Messenger, Whatsapp, covering uses the Facebook application. In recent years, influencers have played an important role in marketing strategies of various brands in the world. The successful results have led to this trend becoming widespread and being adopted by many brands. Especially the brands who want to announce their names to the world but cannot allocate a large-scale promotion budget, have turned to social media in their marketing activities and preferred to include influencers in their campaigns. Influencer Marketing includes that people with have high number of followers in social media channels like Youtube, Facebook, Twitter, Periscope, to transfer their experiences about a product or brand through content to their followers. These people have a loyal followers, who benefit from the experiences of the influencer, trust, share and believe in their sharing. Influencer is the authority of the internet. According to “Turkey influencer Marketing Research 2018”, 71% of people's to find interesting that brand and influencer collaborations, 51% of the users stated that they purchased products with Instagram Influencer's suggestions, 92% of follow the Influencer's friends to recommend and 72% believe these collaborations are reliable.

Keywords: Social Media, Influencer, Influencer Marketing.

An Investigation into the Management of Change in Private Sector Health Care Organization in Bangladesh: A Mixed Methods Inquiry Based on the Implementation of New Framework to Support Health Care Organization – 433

Ali AHMAD

University of the West of the Scotland
Department of Business and Enterprise
United Kingdom
ahmad_rubel@yahoo.com

Dr Daba CHOWDHUY

University of Suffolk, United Kingdom

ABSTRACT

Purpose: The purpose of this research paper is to unravelling the complexities of the change management process and developing framework to support health care organization in Bangladesh.

Research Design/ Methodology: Mixed method approaches have been following in this research because mono method has some drawbacks and mixed methods can be more accurate then following one method.

Findings: The results demonstrate that effective communication influenced adaptive health care culture as well as overcome resistance to change. It is also very necessary to clear understanding individual goals that are involved in significant change.

Originality or Value: The main points of this research is to advance the knowledge of the change management and change management within the private sector health care organization in Bangladesh. Private sector health care organization in Bangladesh is undergoing a significant change, mainly reform of the private sector reform policy. However, this research project is sought to understand and represent barrier, communication, resistance, and understanding of the change management by private sector health care organization in Bangladesh.

Keywords: Change Management, Communication, Culture, resistance to change, change competencies and change readiness.

Paper Type: Research Paper.

Türk Kurtuluş Savaşı'nda İstihbarat Çarkı – 434

Assoc. Prof. Dr. Serdar YURTSEVER

Akdeniz Karpaz Üniversitesi
serdar.yurtsever@akun.edu.tr

ÖZET

Bir savaşı kazanabilmeniz için güçlü bir ordu tek başına yeterli değildir. Düşmanın kuvvet yapısı, konuşlandırılması, sahip olduğu araç, gereç ve silahların durumu, eğitim seviyesi, morali, komutanlarının şahsi özellikleri gibi ana hususların tam olarak ortaya konulması gerekir. Aksi halde, kendi harekât tarzınızı belirlemeniz mümkün olamaz. Söz konusu bilgi ihtiyaçlarının giderilebilmesi için istihbarat faaliyetlerini icra etmeniz, aynı zamanda, düşmanın istihbarat çalışmalarına da karşı koyabilmeniz gerekmektedir. Çünkü düşman hakkında haber toplamak kadar, düşmanın sizin hakkınızda haber toplamasının engellenmesi de önem arz etmektedir. İstihbarat çarkı; istihbarat ihtiyaçlarının tespiti ve haber toplama gayretlerinin yönlendirilmesi, haberlerin toplanması, toplanan haberlerin işleme tabi tutulması ve değerlendirilmesi, elde edilen istihbarat sonuçlarının yayımı ve kullanılması, şeklinde dört aşamadan oluşmaktadır. Gözden geçirilen ve değerlendirilen öncelikler çerçevesinde, yeni istihbarat ihtiyaçları tespit edilerek, tekrar birinci aşamaya geçilir ve bu süreç bir çark gibi dönmeye devam eder. Bu nedenle istihbarat çarkı olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışmada, Türk Kurtuluş Savaşı'nın cereyan ettiği 1919-1922 yılları arasında istihbarat çarkının işletilip işletilemediği konusu araştırılmıştır. Bu kapsamda, Askeri Tarih ve Stratejik Araştırmalar Enstitüsü'nün arşiv belgelerinden faydalanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İstihbarat, İstihbarat Çarkı, Türk Kurtuluş Savaşı, Haber Toplama, Haber Değerlendirme.

Intelligence Cycle in Turkish National Struggle

ABSTRACT

A powerful army alone is not enough to win a war. The main issues such as the force structure, deployment of the enemy, the status of the vehicles, equipment and weapons, the level of education, morale, personal characteristics of the commanders must be fully examined. Otherwise, you cannot determine your own course of action. You need to be able to perform intelligence activities in order to eliminate these information needs, but also to counter the enemy's intelligence work. Because it is important to counter the enemy from collecting information about you as well as collecting information about the enemy. Intelligence cycle consists of four stages: determination of intelligence needs and directing of information gathering efforts, collecting information, processing and evaluating the collected information, dissemination and use of the obtained intelligence results. Within the framework of the priorities reviewed and evaluated, new intelligence needs are identified and the first stage is revised and this process continues to turn as a cycle. This is why it is called the intelligence cycle. In this study, it was investigated whether the intelligence cycle could be operated between the years 1919-1922 when the Turkish National Struggle took place. In this context, the archives of the Military History and Strategic Research Institute were used.

Keywords: Intelligence, Intelligence Cycle, Turkish National Struggle, Information Collection, Information Evaluation.

BIST-100 Ve BIST-Tüm Endekslerinde Güç Oranı Yöntemiyle Ocak Ayı Anomalisinin Test Edilmesi – 435

Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ

Adnan Menderes University, Nazilli FEAS
ugumus@adu.edu.tr

Res. Assist. Hatice CAN ÖZİÇ

Adnan Menderes University
haticecan88@gmail.com

Erkan ÇIBIK

Adnan Menderes University, SBE
erkancibik16@gmail.com

ÖZET

Etkin Piyasalar Teorisi, menkul kıymet fiyatlarının mevcut tüm bilgiyi yansıttığını ve piyasada işlem yapan yatırımcıların herhangi bir bilgileri kullanarak diğer yatırımcılarda fazla getiri sağlayamayacağını ileri sürmektedir. Daha sonra Etkin Piyasalar Hipotezi ile ilgili yapılmış olan çalışmalarda, bu hipoteze uygun olmayan sonuçlar elde edilmiş ve bu sonuçlar normalden sapma yani anomali olarak adlandırılmıştır. Ocak ayı anomalisi de literatürde yer edinmiş önemli anomalilerden biridir.

Piyasalarda herhangi bir anomalinin varlığının tespit edilmesi yatırımcılar açısından önem taşımaktadır. Anomalinin varlığı durumunda; yatırımcılar fiyatların düştüğü dönemde alıp, farklı bir dönemde daha yüksek bir fiyattan satsarlarsa kar elde edebileceklerdir.

Bu çalışmanın amacı, 2008-2018 döneminde BİST-100 ve BİST-Tüm endekslerinde Ocak ayı anomalisinin varlığının güç oranı yöntemiyle tespit edilmesidir. Yapılan analiz sonuçları ve Ocak ayı anomalisinin sebepleri açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ocak Ayı Anomalisi, Güç Oranı Yöntemi, BİST100, BİST Tüm

Testing The Anomaly Of January With The Power Rate Method In BIST - 100 And BIST-All Indexes

ABSTRACT

Efficient Market Theory suggests that securities prices reflect all available information, and that traders who are traded in the market will not be able to generate much return in other investors by using any information. Then, in studies conducted on the Efficient Markets Hypothesis, unsatisfactory results were obtained and this results were named as anomalies. January anomaly is one of the most important anomalies in the literature.

It is important for investors to determine the presence of any anomalies in the markets. In case of presence of anomaly; investors will be able to make a profit if they buy at a lower price and sell at a higher price.

The aim of this study is to determine the existence of January anomaly in BİST-100 and BIST-All indices by the power ratio method in the period of 2008-2018. The results of the analysis and the reasons for the anomaly of January were tried to be explained.

Key Words: January Anomaly, Power Ratio Method, BIST 100, BIST All

Anaokullar İçin Oyun ve Yaratıcılığın Modern Eğitim, Öğretim ve Yönetim Metodolojileri ile Zenginleştirilmesi – 436

Arzu DOLMAZ

Akdeniz Karpaz University
dolmazarzu@gmail.com

ÖZET

Okul öncesi eğitim dönemi insan yaşamının tüm dönemlerinin ilk basamağını oluşturan, öğrenmenin, kişilik gelişiminin en hızlı olduğu dönemdir. Çocuğun bu dönemde aldığı eğitim onun ileriki yıllardaki yaşamı için temel oluşturmaktadır. Okul öncesi eğitimde verilen eğitimin yanında eğitim ortamlarının donanımı da önem arz etmektedir. İyi düzenlenmiş kaliteli bir okul öncesi kurumda eğitim alan çocukların aktif katılımcı, özsaygısı gelişmiş ve kendine güvenen bir birey olarak yetişmesi mümkün olmaktadır. 20. yy şartlarında teknolojinin devamlı gelişmekte olduğu ve toplumun hızla geliştiği bir dönemde okul öncesi eğitimi veren kurumlarında bu değişime ayak uydurmaları kaçınılmaz bir hal almıştır.

Bu çalışma okul öncesi bir kurumda eğitim ortamı donanımı için AB hibe programı kapsamında eğitime katkı projesi ile desteklenmiştir. Proje kapsamında okul öncesi eğitim kurumu farklı aktiviteler planlanıp, eğitim ortamı güvenli, çekici ve kullanılabilir hale getirilmiştir. Kurum ana okul çocuklarına uygun şekilde düzenlenip gerekli materyallerle düzenlenmiştir. Ayrıca proje kapsamında çocukların devam eden eğitim süreçlerine katkıda bulunmak için stratejik plan hazırlanmıştır.

Projenin ve araştırmanın bulguları sonucunda öğrencilerin, velilerin ve öğretmenlerin görüşleri alınmış ve öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Okul öncesi eğitim kurumu, Okul öncesi eğitim, Eğitim ortamı, Hibe

Enrichment of Play and Creativity for Kindergartens with Modern Education, Teaching and Management Methodologies

ABSTRACT

The pre-primary education period is the period when learning and personality development are the fastest. The education of the child in this period is the basis for his life in the years to come. In addition to the education given in pre-school education, the hardware of educational environments is also important. It is possible for children who receive education in a well-organized quality pre-school institution to be active participants, self-esteem and self-confident individuals. It was inevitable that the institutions which provide pre-school education to keep up with this change in a period when technology is developing continuously and society is developing rapidly in the 20th century.

This study was supported by the contribution to education project within the scope of the EU grant program for educational environment in a preschool institution. Within the scope of the project, different activities have been planned and the educational environment has been made safe, attractive and usable. The institution was organized in accordance with the necessary materials and arranged with the necessary materials. In addition, a strategic plan was prepared to contribute to the ongoing education processes of children.

As a result of the findings of the project and the research, opinions of students, parents

Keywords: Pre-school education institution, Pre-school education, Educational environment, Grant

Effective Digital Marketing Strategies to Improve Competitive Advantage and Lead Generation of Education Consultancies in Nepal. A Mixed Method Study – 437

Mr. Deepak Bahadur KHADKA

DBA Student

University of the West of Scotland
B00311549@studentmail.uws.ac.uk

ABSTRACT

The purpose of this concurrent mixed method study was to find out the existing's tools and technologies used by the education consultancies of Nepal for digital marketing and recommend the effective strategies to improve competitive advantage and lead generation. Education consultancies assist Nepalese students who wish to study further their higher education abroad. The adoption of digital marketing by the companies in developing country like Nepal is non existent in the literature. The thematic analysis of the qualitative semi-structured data from the 20 participants have derived the following conclusions. Companies still believe in the value of the traditional marketing channels like Newspapers and Television ad for brand awareness. They also think that parents of the target clients who are also the sponsor of their children for abroad study are not in the social media and they are compelled to place adverts in those medium to reach them. Companies are relying heavily on Facebook to generate leads through paid promotion making the Facebook ecosystem hyper competitive as results of similar adverts from the competitors. They have limited understanding about the effectiveness of website, marketing plan, ROI measurement which is affecting their marketing decision making.

The statistical analysis of the 301 survey questionnaire reveals the confirming evidence with the qualitative data analysis. The popular traditional marketing channels have been seminars and events whereas the popular digital marketing channels have been Facebook, Instagram and YouTube. The contents on the social have been promotional oriented.

Majority of the participants do not have an adequate understanding of the digital marketing and its effectiveness. There is lack of awareness about the digital marketing tools that are available either free or at relatively modest price. Despite participant understanding of the importance of the digital marketing, education consultancies are not fully implementing all aspects of the digital marketing to generate leads and achieve competitive advantage. Company should apply inbound marketing plan with strong strategic focus.

Is Virtual Management Possible? A Research in D-Smart Company – 438

Asst. Prof. Dr. Meriç Esat BEBİTOĞLU

Niğantaşı University, Faculty of Economics
Administrative and Social Sciences
Business Department Istanbul
meric.bebitoglu@nisantasi.edu.tr

ABSTRACT

In today's digital era, where almost everything defined as in terms of knowledge, speed and communication has ruthlessly changed, though the concepts and facts do not lose their essence but face to transform their shapes. The question is; will the concept of management change radically too? Are we going to live in a virtual management era after postmodernism?

It can be predicted that the management concept will be transformed into virtual management by managing the business using technology-assisted virtual capabilities, Thus it can be argued that productivity of the enterprise would increase and be compatible with the new era's new conditions with virtual planning, virtual organising, virtual coordination, virtual leading and virtual control functions. Whereas it might be a suitable approach for enterprises to adopt a virtual management approach in order to increase their productivity and competitiveness in business, for a better market share.

With the survey applied in a high-tech company, D-Smart, which is a digital platform and an internet service provider (ISP), it has been tried to examine whether virtual management is possible, at least for today. Within the scope of the study, a questionnaire was conducted by analyzing the virtualization level of management functions and the relationship between the results of them, besides the technology usage standards of the company in order to achieve the goals.

M. Kürşat TÜRKER

Gebze Technical University
muhsin_kursat@hotmail.com

ÖZET

Günümüz dünyası kendisini çeşitli çağ isimleriyle tanımlasa da odak noktası insandır. Bilgi çağı, teknoloji çağı, endüstri 4.0 gibi adlandırmalar her ne kadar popüler bilim kültürünün söylemi olsa da insan unsuru ilk defa bu kadar önemli ve tüm araştırmaların odağı haline gelen varlık olmuştur. Çağ isimlendirmenin temelinde bilgi ve öğrenme kavramları yer almaktadır. Halbuki öğrenme noktasında insanları birbirinden ayıran en önemli özelliklerden biri öğrenmeye bakışlarıdır. Öğrenmeye açıklık kavramı bu noktada merak edilen sorunun net cevabını verebilme kapasitesi bakımından önemlidir. Öğretmenler öğrenmeye yeterince açık mıdır? Bu çalışmada öğrenme kavramında en etkin ve önemli unsurlardan olan öğretmenlerin öğrenmeye açıklık düzeyleri örneklem kapsamında gösterilmeye çalışılmıştır. 1739 kişi üzerinde yapılan anket sonuçlarının değerlendirilmesine dayanan çalışma, anket formlarının e-posta, kısa mesaj, çeşitli dijital platformlar ve sosyal medya aracılığı ile kişilere gönderilmesi ve alınan geri dönüşlerin analizi yoluyla yapılmıştır. Bu sonuçlardan yola çıkılarak öğretmenlerin öğrenmeye açıklık algılarına yönelik literatüre dayalı açıklayıcı tartışması yapılmıştır.

Openness to Learning: A Research On Teachers

ABSTRACT

However today's World describes itself some kinds of age names, the focus point is human beings. Although some names like Information Age, Technology Age, Industry 4.0 are speeches of popular science culture, the human factor is so important firstly and the thing on the focus of all researches. Information and learning concepts are basic of the naming of this age. However one of the differentiation point about learning which separate human beings one another is their opinion about learning. In this point, openness to learning concept is important in terms of the capacity of answering the question clearly, which wondered. Are teachers open to learning adequately? Within the scope of sample in this study, it is tried to demonstrate level of teacher's openness to learning which are the most important and efficient factor of learning. The study which consist of assessment to 1739 participant's survey results, by sending survey forms through e-mail, sms, various digital platforms, social media and by analysing of responses. Looking from this perspective, teacher's perception of openness to learning was discussed explanatorily.

Çocukları İlkokulda Öğrenim Gören Ebeveynlerin Çocuk Kitaplarının Seçimine İlişkin Görüşleri – 440

Asst. Prof. Dr. Selma KORKMAZ

Near East University
selma.korkmaz@neu.edu.tr

Exp. Tülay KAYA TEKMAN

Near East University
tulay.kaya@neu.edu.tr

ÖZET

Kitaplar, çocukların kelime haznesinin, yaratıcı düşünme yeteneğinin artmasına ve buna bağlı olarak da dört temel dil becerisinin -konuşma, okuma, yazma ve dinlemenin- gelişmesine katkı sağlar. Bundan ötürü çocukların gelişimini olumlu yönde etkileyecek kitapların, gerek biçimsel gerekse içerik olarak bazı özelliklere sahip olması gerekir. Ancak çocuklar, iyi bir kitapta olması gereken özellikleri keşfetme konusunda bilinçli olmadıkları için ebeveynlere çok büyük görevler düşmektedir. Bu çalışmanın amacı, çocukların gelişiminde son derece etkili olan kitaplar konusunda ebeveynlerin ne kadar bilinçli olduklarını ve çocuk kitaplarını seçerken hangi kriterleri göz önünde bulundurduklarını belirlemektir. Bu amaca yönelik olarak da çalışma grubu, KKTC'de ikamet eden ve çocukları ilkokulda öğrenim gören 50 ebeveyninden oluşmaktadır. *Ebeveynlerin kitap seçimine ilişkin görüşlerini elde etmek amacıyla 6 sorudan oluşan bir görüşme formundan yararlanılarak veriler toplanmıştır. Elde edilen verilerin çözümlenmesi sırasında da içerik analizinden yararlanılmış; veriler belli kategori ve temalara ayrılarak yüzdelik ve frekanslarla gösterilmiştir.*

Anahtar Kelimeler: Çocuk, Kitap, Ebeveyn, Okuma, Kitap Seçimi.

Otomobil Sektöründe Marka İmajı ve Müşteri memnuniyetinin Tutumsal Bağlılık ve Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi: KKTC Örneği – 441

Murat TORUN

Cyprus International University, FEAS
mtorun_89_@hotmail.com

Dr. Ayşen BERBEROĞLU

Cyprus International University, FEAS
aysen.berberoglu@gmail.com

ÖZET

Günümüz otomobil sektöründe rekabet ortamının her geçen gün artması şirketlerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve pazar paylarını arttırabilmeleri için bir takım faktörlere dikkat etme gereksinimlerini ortaya çıkıştır. Bu faktörlerin başında, son yıllarda önemi her geçen gün artan marka ve marka imajı kavramları gelmektedir. Şirketlerin olumlu bir marka imajı oluşturması sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için bir zorunluluk haline gelmiştir. Marka imajını oluşturan faktörlerden biri de müşteri memnuniyeti kavramıdır. Müşteri memnuniyetin yüksek olması olumlu bir marka imajı oluşmasına katkı sağlamaktadır. Olumlu marka imajı ve yüksek müşteri memnuniyetinin olması durumunda ise; o şirkete bağlı ve sadık müşteriler ortaya çıkmaktadır ki bu da şirketlerin en temel hedeflerinden biridir. Buradan yola çıkarak KKTC’de yapmış olduğumuz araştırmada, otomobil sektöründe marka imajı ve müşteri memnuniyetinin tutumsal bağlılık ve marka sadakati üzerindeki etkilerinin, analizler aracılığı ile ölçülerek değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmamızın bağımsız değişkenlerini marka imajı ve müşteri memnuniyeti oluştururken, bağımlı değişkenleri ise tutumsal bağlılık ve marka sadakati oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anketimiz %95 güven aralığında, 0.05 anlamlılık düzeyinde uygulanmıştır. Basit Tesadüfi Örneklem Yöntemi esasıyla 388 adet anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 24.0 programına yüklenerek bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında korelasyon, regresyon ve T testleri yapılmıştır. Korelasyon analizleri sonucunda bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Müteakiben yapılan regresyon analizleri sonucunda, marka imajının marka sadakati üzerine etkisinin, müşteri memnuniyetinin marka sadakatine olan etkisinden daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Müşteri memnuniyetinin ise; tutumsal bağlılık üzerine etkisinin, marka imajından daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Yapılan T testleri sonucunda ise; tutumsal bağlılık ve marka sadakati bağımlı değişkenleri üzerinde, cinsiyetler arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Son olarak KKTC’de yaptığımız çalışma ile Türkiye’de farklı iki ilde yapılan farklı iki çalışmanın verilerini kıyasladığımızda ise; KKTC’de en çok kullanılan üç otomobil markasının, her iki çalışmada da Türkiye’de en çok kullanılan üç otomobil markasından tamamen farklı olduğu tespit edilmiştir. Bu da bize tüketici satın alma davranışlarına etki eden faktörlerin şirketler tarafından iyi analiz edilmesinin faydalı olacağı sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: Otomobil, Marka İmajı, Müşteri Memnuniyeti, Tutumsal Bağlılık, Marka Sadakati.

The Effect of Brand Image and Customer Satisfaction on Attitudinal Commitment and Brand Loyalty in the Automobile Sector: The Case of the TRNC

ABSTRACT

The increasing competition environment in today's automobile sector has created the necessity to pay attention to a number of factors in order for companies to sustain their assets and increase their market share. One of these factors, brand and brand image concepts are increasing in importance in recent years. Creating a positive brand image of the companies has become almost imperative to ensure sustainable competitive advantage. One of the factors that make up the brand image is the concept of customer satisfaction. High customer satisfaction contributes to the creation of a positive brand image. In case of positive brand image and high customer satisfaction, The company will have connected and loyal customers, which is one of the main goals of the companies. In this study, we aimed to evaluate the effects of brand image and customer satisfaction on attitudinal commitment and brand loyalty in the automobile sector by means of analyzes. The independent variables of our research constitute brand image and customer satisfaction, while the dependent variables are attitudinal commitment and brand loyalty. Survey method was used as data collection tool. The data obtained from the questionnaires were uploaded to SPSS

24.0 program and correlations, regression and T tests were performed between dependent and independent variables. Correlation analysis revealed a positive correlation between dependent and independent variables. As a result of the regression analysis, it is determined that the effect of brand image on brand loyalty is more than the effect of customer satisfaction on brand loyalty. it is determined that the effect of customer satisfaction on attitudinal commitment is more than the effect of brand image on attitudinal commitment. As a result of the T tests; It was found that there was no significant difference between the genders on the dependent variables of attitudinal commitment and brand loyalty. Finally, with the work we did in the TRNC if we compare the data from two different studies in two different cities in Turkey. TRNC three of the most used automobile brands, both studies the most commonly used in three car brands in Turkey were found to be completely different. This has led to the fact that it would be beneficial for companies to analyze the factors that affect consumer buying behavior.

Keywords: Automobile, Brand Image, Customer Satisfaction, Attitudinal Commitment, Brand Loyalty.

Türkiye’deki Sağlık Kuruluşlarının İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Analizi – 442

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN

Necmettin Erbakan University
aergulen@erbakan.edu.tr

İbrahim HARMANKAYA

Necmettin Erbakan University
ibrahimharmankaya@selcuk.edu.tr

Inst. Zeynep ÜNAL

Nevşehir HBV University
zeynepunal@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Ülkemizde sağlık politikalarının geliştirilmesi, uygulanması ve sağlık hizmetlerinin sunulması Sağlık Bakanlığı’nın kontrolünde gerçekleştirilmektedir. Sağlık hizmetlerinin ülke genelinde dengeli bir şekilde dağılımı, etkili ve verimli bir şekilde kullanımı, vatandaşların sağlık hizmetlerine ulaşımının sağlanmasında imkan eşitliği sağlayacak önlemleri almaya Sağlık Bakanlığı yetkilidir. Bakanlıkça ülke genelindeki sağlık hizmetlerinin takip edilmesi, etkinlik analizlerinin yapılması ve gerekli önlemlerin alınabilmesi için ülkemizdeki şehirler istatistiki bölge birimleri sınıflamasına göre oniki bölgeye ayrılmıştır. Bu faaliyetlere hiçbir işlem yapmadan sadece sayısal girdi ve çıktı değerlerine bakarak sağlık kuruluşlarının veya bölgelerin verimliliklerini ölçmek mümkün değildir. Bu nedenle yapılan bu çalışmada Sağlık Bakanlığınca yapılan bölgelendirme esasına dayanarak, bölgelerimizin kullanmış oldukları girdi (personel sayısı, bütçe miktarı, makine-teçhizat sayısı, vb) ve çıktı (tedavi edilen hasta sayısı, ameliyat sayısı, harcama tutarı vb.) değerlerle birbirlerine kıyasla ne derece etkin ve verimli çalıştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Üst yönetimlere mevcut durum hakkında bilgi verebilmek ve geleceğe dair değişken faktörler hakkındaki alınacak kararlarda iç görü oluşturabilmek adına çalışma önemli bir noktadadır. Çalışma kapsamında söz konusu bölgelerin sağlık hizmetleri sunumlarına ait 2018 yılında kamuoyuna açıklanan 2017 Sağlık İstatistikleri Yılığındaki verilerden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında benzer girdilerle benzer çıktılar elde ederken, benzer süreçler kullanıldığından, birbirleriyle kıyaslamayı mümkün kılmak için göreceli etkinlik analizi yapmayı amaçlayan ve doğrusal programlama prensiplerinden yararlanan yönetsel mekanizmalara iç görü kazandırabilecek parametresiz bir teknik olan veri zarflama analizi kullanılmıştır. Veri zarflama analizi için kurulacak doğrusal programlama modeli için ise Lindo paket programı kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda bölgelerin göreceli etkinlik analizleri gerçekleştirilmiş hangi girdi ve çıktı değerleri bağlamında etkin olmadığı, etkin hale gelebilmek için izlenmesi gereken yollar ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. Etkin ve mevcut etkinlik düzeyini koruyabilmek için atıl kapasite ortaya çıkmış ise, atıl kapasiteye ait değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik Ölçümü, Sağlık Kuruluşları, Veri Zarflama Analizi, Hastaneler

Efficiency Analysis With Data Envelopment Analysis Method By Classification Of Statistical Region Units Of Health Care In Turkey

ABSTRACT

The development, implementation and delivery of health services in Turkey is under the control of the Ministry of Health. The Ministry of Health is authorized to take measures to ensure the equitable distribution of health services throughout the country, effective and efficient use of health services, and to ensure equal access to health services for citizens. The cities in our country are divided into twelve regions according to the classification of statistical regional units so that the Ministry can monitor the health services throughout the country, conduct the effectiveness analysis and take the necessary measures. It is not possible to measure the efficiency of health institutions or regions by looking at the values of numeral inputs and outputs without performing any operations on these activities. Therefore, in this study, it has been tried to determine how efficient and efficient the regions are by their input (number of staff, budget amount, number of machinery-equipment, etc.) and output (number of patients treated, number of operations, amount of expenditure, etc.) values. It is an important point to give information to the senior management about the current situation and to create insights on the future decisions about the variable

factors. In the scope of the study, the data of the 2017 Health Statistics Yearbook, which was announced to the public in 2018, related to the health services offerings of these regions were used. In the scope of the study, while similar processes are obtained with similar inputs, similar data is used, data envelopment analysis is used as a parameterless technique which can provide insight to the administrative mechanisms that aim to make relative efficiency analysis and to make use of linear programming principles in order to make comparison with each other possible. For the linear programming model for data envelopment analysis, Lindo package program was used. As a result of the study, the relative efficiency analyzes of the regions were carried out, and the evaluations were made about the ways in which the input and output values were not effective, and the ways to be effective in order to become effective. If idle capacity has emerged in order to maintain effective and current efficiency level, idle capacity assessments have been made.

Keywords: Activity Measurement, Health Institutions, Data Envelopment Analysis, Hospitals

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa
**Türkiye'deki Orta Öğretim Kurumlarının Performanslarının Veri
Zarflama Analizi ile Değerlendirilmesi – 443**

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN

Necmettin Erbakan University
aergulen@erbakan.edu.tr

İbrahim HARMANKAYA

Necmettin Erbakan University
ibrahimharmankaya@selcuk.edu.tr

Inst. Zeynep ÜNAL

Nevşehir HBV University
zeynepunal@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Ülkemizde eğitim politikalarının geliştirilmesi, uygulanması ve zorunlu temel öğretimle, ortaöğretim hizmetlerinin sunulması Milli Eğitim Bakanlığı'nın kontrolünde gerçekleştirilmektedir. Yükseköğretimle ilgili düzenlemeler ise Yükseköğretim Kurulu tarafından yapılmaktadır. Bakanlıkça ülke genelindeki eğitim hizmetlerinin takip edilmesi, etkinlik analizlerinin yapılması ve gerekli önlemlerin alınabilmesi için ülkemizdeki şehirler, istatistiki bölge birimleri sınıflamasına göre yirmi altı adet bölgeye ayrılmıştır. Bölgelerdeki şehirlerde orta öğretim kurumları eğitim hizmetleri sunumunu gerçekleştirmektedir. Ancak bu faaliyetlere hiçbir işlem yapmadan sadece sayısal girdi ve çıktı değerlerine bakarak eğitim kurumlarının veya bölgelerin verimliliklerini ölçmek mümkün değildir. Bu nedenle yapılan bu çalışmada Milli Eğitim Bakanlığınca yapılan yirmi altı adet ikinci düzey bölgelendirme esasına dayanarak, bölgelerimizin kullanmış oldukları girdi (öğretmen sayısı, bütçe miktarı, derslik sayısı, öğrenci sayısı vb.) ve çıktı (mezun olan öğrenci sayısı, bütçe gideri, ösys ile yerleştirilen öğrenci sayısı, okuldaki yıllık eğitim süresi, vb.) değerlerle birbirlerine kıyasla ne derece etkin ve verimli çalıştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Üst yönetimlere mevcut durum hakkında bilgi verebilmek ve geleceğe dair değişken faktörler hakkındaki alınacak kararlarda iç görü oluşturabilmek adına çalışma önemli bir noktadadır. Çalışmada söz konusu bölgelerin ortaöğretim hizmetleri sunumlarına ait açıklanan 2017 Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim verilerinden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında benzer girdilerle benzer çıktılar elde ederken, birbirleriyle kıyaslamayı mümkün kılmak için göreceli etkinlik analizi yapmayı amaçlayan ve doğrusal programlama prensiplerinden yararlanan, parametresiz bir teknik olan "veri zarflama analizi" yönteminden yararlanılmıştır. Oluşturulan doğrusal programlama modelinde ise Lindo paket programı kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda bölgelerin göreceli etkinlik analizleri gerçekleştirilmiş, hangi girdi ve çıktı değerleri bağlamında etkin olmadığı gösterilmiş, etkin hale gelebilmek için izlenmesi gereken yollar ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik Ölçümü, Ortaöğretim Kurumları, Veri Zarflama Analizi,

Data Envelopment Analysis Evaluation Method for the Performance of Secondary Education Institutions in Turkey

ABSTRACT

In our country, the development, implementation and provision of secondary education services through compulsory basic education policies are carried out under the control of the Ministry of National Education. Regulations regarding higher education are made by the Council of Higher Education. In order to monitor the education services throughout the country, to conduct efficiency analyzes and to take necessary measures, the cities in our country are divided into twenty-six regions according to the classification of statistical regional units. Secondary education institutions provide education services in cities in the regions. However, it is not possible to measure the efficiency of educational institutions or regions by looking only at the values of numeral inputs and outputs without performing any operations on these activities. Therefore, in this study, it was tried to determine how effective and productive the input (number of teachers, amount of budget, number of classrooms, number of students, etc.) and output (number of graduates, budget expenses, number of students placed by Ösys, annual education period at school, etc.) values of our regions are compared to each other based on the twenty six second level regionalization made by the Ministry of National Education. It is an important point to give information to the senior management about the current situation and to create insights on the future decisions about the variable

factors. In the study, 2017 National Education Statistics Formal Education data which are explained about the secondary education services of these regions were used. In the scope of the study, while using similar inputs with similar inputs, a parameter-free technique, "data envelopment analysis" method, which aims to make relative activity analysis and to make use of linear programming principles, has been utilized. In the linear programming model, the Lingo package program was used. As a result of the study, the relative efficiency analyzes of the regions were carried out and it was shown that it was not effective in terms of input and output values, and evaluations were made about the ways to be effective in order to become effective.

Keywords: Activity Measurement, Secondary Education Institutions, Data Envelopment Analysis.

Örgütsel Meşruiyet Kaynakları Bağlamında Türkiye’deki UBER Uygulamasının Değerlendirilmesi – 444

Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ

Selçuk University, FEAS
abdullahyilmaz@selcuk.edu.tr

ÖZET

Bir örgütün varlığını sürdürebilmesinin en önemli koşullarından birisi de meşru olmasıdır. Devlet, toplum, kamuoyu, medya, kolektif otorite sahipleri ve sosyal çevre ise en bilinen meşruiyet kaynakları arasında yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı, örgütsel meşruiyet kaynakları bağlamında Türkiye’deki UBER uygulamasının sürdürülebilirliğini incelemektir. Bu doğrultuda çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden vaka analizi yöntemi kullanılmış ve UBER’in Türkiye’deki faaliyetlerine ilişkin ikincil kaynaklar vasıtasıyla doküman incelemesi yapılmıştır. Doküman incelemesi kapsamında yazılı/görsel basın araçları, internet haberleri ve sosyal medya iletilerinden yararlanılmıştır. Özellikle meşruiyetin en temel iki kaynağı olan devlet ve toplum çerçevesinde UBER’e yönelik söylemler ve haberler analiz edilmiştir. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Analizler sonucunda; meşruiyetin en önemli kaynaklarından birisi olan toplumun UBER uygulamasına desteği olsa da, bir diğer önemli aktör olan devletin, dolayısıyla siyasi otoritenin söylem ve eylemlerinin UBER uygulamasının meşruiyet zemini elde edememesinde baskın rol oynadığı ve bu bağlamda UBER’in sürdürülebilirlik konusunda da önemli sorunlar yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Meşruiyet, Örgütsel Meşruiyet, Meşruiyet Kaynakları, UBER, İçerik Analizi

Örgüt Yapısı ve İç Girişimcilik İlişkisinin Teorik Olarak İncelenmesi – 445

Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ

Selçuk University, FEAS
abdullahyilmaz@selcuk.edu.tr

ÖZET

Örgüt yapısı, bir örgüt içerisinde çalışan ve faaliyetlerin gruplanmasına göre oluşan bir tasarım ya da görev ve rollerin formal dağılımı, işlerin bütünleştirilmesi ve denetiminin yapılabilmesi için düzenleyici rolü olan bir araç, örgütün temel ve kalıcı özellikleridir. İç girişimcilik; bir kuruluşun tüm yenilikçilik, strateji yenileme ve yeni bir iş kurma faaliyetlerinin bütünüdür. Bu çalışmanın amacı, örgüt yapıları ile iç girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi teorik boyutta incelemektir. Bu doğrultuda çalışmada, ikincil veri kaynaklar vasıtasıyla literatür incelemesi yapılmıştır. Araştırma sonucunda; örgütlerde iç girişimcilik eğiliminde yaratıcı, yenilikçi ve esnek niteliklerin önemli rol oynadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt, Örgüt Yapısı, İç Girişimcilik

Örgütsel İletişimde Fısıltı Yönetimi: Teorik Bir İnceleme – 446

Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ

Selçuk University, FEAS
abdullahyilmaz@selcuk.edu.tr

ÖZET

Birden fazla bireyin olduğu bir ortamda bireylerin etkileşimde bulunabilmeleri ancak iletişim ile mümkündür. Örgütsel yaşamda bireyler arasında örgütsel bir iletişimin mevcudiyetinden bahsedilebilir. Örgütsel iletişimin formel boyutunun yanı sıra informal boyutundan da söz etmek gerekmektedir. Örgüt içindeki bilginin bireyler arasında informal yollarla aktarılması fısıltı yönetimini beraberinde getirmektedir. Bu çalışmanın amacı, örgütsel yaşamda bireyler arasında gelişen informal iletişim sırasında ortaya çıkan fısıltının yönetilmesi üzerine teorik bir çerçeve çizilmesidir. Çalışma sonucuna göre, örgütlerde kaçınılmaz olan informal iletişimin bir sonucu olan fısıltının, örgüt yöneticileri tarafından zamanında ve doğru şekilde yönetilmesi gerektiği, aksi takdirde çalışanlar ve örgüt açısından negatif sonuçları olabileceği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Örgütsel İletişim, Fısıltı Yönetimi.

Algılanan Örgütsel Adaletin Olumlu Sosyal Davranışlar Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma – 447

Prof. Dr. Şule AYDIN

Nevşehir Hacı Bektas Veli University, Faculty of Tourism
suleaydin@nevsehir.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Duygu EREN

Nevşehir Hacı Bektas Veli University, Faculty of Tourism
deren@nevsehir.edu.tr

Inst. Kayhan KARAKAYA

Nevşehir Hacı Bektas Veli University, USET Vocational School
kayhankarakaya@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, algılanan örgütsel adaletin olumlu sosyal davranışlar üzerindeki etkisini analiz etmektir. Araştırmanın örneklemini Nevşehir ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 323 işgören oluşturmaktadır. Çalışanların örgütsel adalet algılarını ölçmek amacıyla Niehoff ve Moorman (1993) tarafından geliştirilen “Örgütsel Adalet Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçek dağıtım adaleti (5 ifade), prosedür adaleti (6 ifade) ve etkileşim adaleti (9 ifade) olmak üzere üç boyut ve toplam 20 ifadeden oluşmaktadır. 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Olumlu sosyal davranışları ölçmek için Bettencourt ve Brown (1997) tarafından geliştirilen ve Kaygısız (2016) tarafından Türkçe’ye uyarlanan “Olumlu Sosyal Davranışlar” ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek, rol ötesi rol tanımlı ve işbirliği olmak üzere üç boyut ve toplam 15 ifadeden oluşmaktadır. 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla faktör analizi, korelasyon ve çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Ayrıca tanımlayıcı istatistiklerden de yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; etkileşim adaletinin olumlu sosyal davranışların rol ötesi, rol tanımlı ve işbirliği boyutları üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkiye sahip olduğu, ancak dağıtım adaleti ile prosedür adaletinin olumlu sosyal davranışların rol ötesi, rol tanımlı ve işbirliği boyutları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Olumlu Sosyal Davranışlar, Otel İşletmeleri.

The Effect of Perceived Organizational Justice on Positive Social Behaviours: A Study of Hotel Businesses

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the effect of perceived organizational justice on positive social behaviors. The sample of the study consists of 323 employees who work in 4 and 5 star hotels operating in Nevşehir. In order to measure employees' perception of organizational justice “Organizational Justice Scale” was used which was developed by Niehoff and Moorman (1993). This scale consists of three dimensions and a total of 20 items: distribution justice (5 items), procedure justice (6 items) and interaction justice (9 items). A 5-point Likert-type scale was used (1 = Strongly Disagree, 5 = Strongly Agree). In order to measure positive social behaviors, “Positive Social Behaviors” scale was used which was developed by Bettencourt and Brown (1997) and adapted to Turkish by Kaygısız (2016). This scale is composed of 15 dimensions and three dimensions as cross-role role-defined and cooperation. A 5-point Likert-type scale was used (1 = Strongly Disagree, 5 = Strongly Agree). So as to test the research hypotheses; factor analysis, correlation and multiple regression analysis were used. In addition, descriptive statistics were used. According to the analysis results; It has been determined that interaction justice has a positive and significant effect on the cross-role, role-defined and cooperation dimensions of positive social behaviors, but that distribution justice and procedure justice do not have a significant effect on the cross-role, role-defined and cooperation dimensions of positive social behaviors.

Keywords: Organizational Justice, Positive Social Behaviors, Hotel Businesses.

Attracting More Tourists to North Cyprus by Focusing on Gastronomy Tourism – 448

Asst. Prof. Dr. Sarvnaz BARADARANI

Cyprus Science University
sarvnazbaradarani@csu.edu.com

Asst. Prof. Dr. Ozlem ALTUN

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

ABSTRACT

The purpose of current study is to evaluate whether gastronomy tourism could be considered as an attractive form of tourism for North Cyprus. Additionally, the study is aimed to evaluate gastronomy tourism as a supplementary form of tourism for the country, in advance to other kinds of tourism. Therefore, the study focuses on the perspective of current tourists, and their views related to tourism and specifically gastronomy of North Cyprus.

The most important elements in North Cyprus' GDP are considered to be tourism and higher education. North Cyprus' tourism sector is dominated by high rank hotels, and the main concept of tourism is considered to be the so-called "sea, sand and sun". However, by focusing on the importance of gastronomy tourism, and its vital role in today's world, more tourists could be attracted to this country by its exceptional Cuisine. Thus, by combining tourism and consumption of food, and focusing more on the local cuisine the number of tourists coming to this part of the world might increase and change in nature.

The study will follow a quantitative method, focusing on the current tourists' perspective about gastronomy tourism in North Cyprus. The self-administered questionnaires will be used to critically analyze the perception of tourists regarding gastronomy tourism in the island. The findings of current study will be of great help to the policy makers by providing insights into different aspects of gastronomy as a way of tourism destination development. Furthermore, the results of current research can be helpful for managers of different hotels to attract more tourists by offering local cuisine.

Keywords: Gastronomy tourism, Hospitality sector, North Cyprus.

İnnovatif Yaklaşımın Kanvas İş Modelinde Değerlendirilmesi: Örnek Bir Uygulama – 449

Inst. Dr. Ayşen AKBAŞ TUNA

Ankara Hacı Bayram Veli University

aysenakbastuna@hotmail.com

ÖZET

"İş modeli", hem yöneticiler ve uygulayıcılar hem de yönetim teorisyenleri arasında 2000'li yılların başından günümüze kadar güncelliğini korumuş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojinin hızlı gelişimine paralel olarak hem mevcut hem de yenilikçi ürün ve hizmetler ile sürdürülebilir rekabetin sağlanması ve ortak değer yaratılması işletmeler için oldukça önemli olduğundan bunu sağlamanın bir yolu olarak kullanılmaktadır. İş modeli kavramı çeşitli şekillerde tanımlansa da bu çalışmada bir işletmenin nasıl değer yarattığı, bu değeri nasıl dağıttığı ve dışarıdan nasıl değer elde ettiği bakış açısı ile ele alınmıştır. En kabul gören haliyle iş modeli, "bir değer ağı içinde değeri yaratmanın ve tutmanın altta yatan temel mantığı ve stratejik seçimlerinin bir temsidir". Buna göre bir kurumun iş modeli, bir kuruluştaki yüksek seviyedeki stratejilerin ve altta yatan eylemlerin uyumlaştırılmasına ilişkin içgörü sağlayabilir ve bu da stratejik rekabet edebilirliği destekler. Kanvas iş modeli ise inovasyonun değer kavramı ile eşleştirildiği ve kanıtlandığı bir modeldir. Modelin basit olması ve her şeyi bir arada görmeye imkân tanınması kullanılabilirliğine büyük katkılar sağlamaktadır. Model, temel ortaklıklar, temel faaliyetler, değer önerisi, müşteri ilişkileri, müşteri segmenti, temel kaynaklar, kanallar, maliyet yapısı ve gelir akışı olmak üzere dokuz bölümden oluşmaktadır. Kanvas iş modeli, kullanıcılara bir iş modelinin unsurlarını, olası bağlantıları ve değer yaratma üzerindeki etkilerini görsel olarak temsil etmesinde yardımcı olur. İş modelleri konusundaki geniş bilgi birikimi; strateji, girişimcilik, teknoloji geliştirme ve yönetimi, e-ticaret ve bilgi sistemleri, inovasyon yönetimi ve uluslararasılaştırma kadar çeşitli alanlara yayılmıştır. Bir iş modelinin planı, inovasyonu kolaylaştıran ve bir şirketin nasıl çalıştığı hakkında en önemli bilgilerin bir yerde bulunduğu karar verme platformu olarak hizmet eder. Serbest rekabet koşullarında pazarda sürdürülebilir bir biçimde faaliyette bulunmak için işletmelerin sürekli kendilerini yenilemeleri ve bu nedenle yapacakları inovasyon çalışmalarından da başarı elde etmeleri gerekmektedir. İşletmeler inovasyonu, bilginin oldukça sınırlı dış kaynak kullanımı ile ya da tamamen iç kaynaklar ile elde edildiği klasik ya da kapalı inovasyon süreci ile gerçekleştirebilecekleri gibi, bilginin kimsenin tekelinde olmadığı ve bu nedenle iş birliği içerisinde çalışarak bilginin üretilmesi ve çoğaltılması yaklaşımıyla gerçekleştirilen açık inovasyon süreci ile gerçekleştirebilirler. Günümüzde inovasyon, farklı stratejik ittifaklar, müşteri yaklaşımı ve farklı iş modellerinin benimsenmesi yoluyla değer yaratma şeklinde değerlendirilebilir. Bu çalışma, günümüzde sürdürülebilir biçimde örgütsel amaçlara ulaşmada önemli bir araç haline gelen Kanvas İş Modelinin inovasyon yaklaşımı ile uygulanmasını ve bu yolla uygulamacılara yön göstermesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmada bir işletmenin inovasyon süreci, işletme modeli teorisine bağlı olarak nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular yorumlanmış ve uygulamacılara önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İş modeli, İnovasyon, Kanvas iş modeli

Evaluation Of The Innovative Approach In The Canvas Business Model: A Case Study

ABSTRACT

The business model is an up-to-date concept between managers and practitioners as well as management theorists since the early 2000s. The rapid development of technology is essential for achieving sustainable competition and creating common value with both existing and innovative products and services. Therefore, the business model is used as a way to achieve this. Although the concept of business model is defined in various ways, in this study, how an organization creates, delivers and captures value is discussed. We define a business model as a representation of a firm's underlying core logic and strategic choices for creating and capturing value within a value network. Accordingly, an organization's business model can provide insight into the harmonization of high-level strategies and underlying actions in an organization, which supports strategic competitiveness. The canvas business model, on the other hand, is a model in which innovation is matched and proven with the value concept. The simplicity of the model and the ability to see everything together make a great contribution to its usability.

The model consists of nine sections: key partners, key activities, value proposition, customer relationships, customer segment, key resources, channels, cost structure and revenue structure. The canvas business model helps users visually represent the elements of a business model, their possible connections, and their impact on value creation. The expansive body of knowledge on business models spans across strands as diverse as strategy, entrepreneurship, technology development and management, ecommerce and information systems, innovation management and internationalization. The plan of a business model serves as a decision-making platform that facilitates innovation and has the most important information about how a company works. In order to operate in the market in free competition conditions in a sustainable manner, companies must constantly renew themselves and therefore achieve success from their innovation efforts. Businesses can realize innovation either through the use of highly limited external knowledge resources or through a classical or closed innovation process whereby knowledge is derived entirely from internal resources, as well as through an open innovation process. Open innovation process can be realized with the approach that knowledge is not in the monopoly of anybody and therefore working in collaboration and producing and reproducing information. Today, innovation can be evaluated as creating value through the adoption of different strategic alliances, customer approach and different business models. This study aims to implement the Canvas business model, which has become an important tool in achieving organizational goals in a sustainable way, with an innovation approach and to guide practitioners in this way. In this study, depending on the business model theory, the innovation process of a company is analyzed with document analysis method which is one of the qualitative research methods. The findings were interpreted and recommendations were made to the practitioners.

Keywords: Business Model, Innovation, Canvas Business Model

Ümmetin Salahi Kapsamında Fıkıh Eğitimi ve Sorunları – 450

Asst. Prof. Dr. Samire Hasanova AYDIN

Near East University Theology Faculty
samirehasanova@gmail.com

ÖZET

Kur'an-I Kerim'de (Ali İmran, 110) belirtildiği gibi iyiliği emredip kötülükten sakındırmayı hedefleyerek insanlık için çıkarılmış bir topluluk vardır ki, bu topluluk ümmet olarak isimlendirilmiştir. Ümmet kavramı, W. Montgomery Watt, müslümanlardan ziyade müminlerle ilişkilendirip, Medine yahudilerinin de ümmet-i Muhammed içinde sayıldığını düşünse de, Fetih suresi 28 ve 29 ayetlerinde ümmeti Hz. Muhammed ve onun yanında olan kişilerin oluşturduğu İslam alimleri tarafından savunulan bir görüşür. Fakat günümüzde dünyanın ¼ nüfusunu oluşturan müslümanların hepsinin tek tek din hususunda bilgin olması, doğruya ve yanlışa, faydaya ve zarara karar vermesinin mümkün bir yaklaşım olmadığı bir gerçektir. Nitekim, savaş halinde müminlerin hepsinin birden savaşa katılmayıp, içlerinden din konusunda köklü ve derin bilgi sahibi olanların kalmasını isteyen Allah (Tevbe,122) din hususunda eğitilmiş bir kesimin varlığının zorunluluğunu ortaya koymaktadır. Fıkıh eğitimi genel olarak din eğitimi içinde, özel olarak Temel İslam Bilimleri içinde bu bakımdan ehemiyetli bir konuma sahiptir. Fıkıh Müslümanların birey ve toplum olarak günlük hayatını dinle çalışmadan yaşama ve bir sorun ortaya çıktığında onu çözme arzuları sonucu ortaya çıkmış zengin bir birikim ve mirası ifade eder. Eğitim sürecinde bu miras ibadet ve muamelat olarak ayrılmış ve zamanla kurallar bütünü olarak görülüp yaşayan dünyadan soyutlanmış duruma getirilmiştir. Bu soyutlama öğrenci zihninde fıkıh kuralcı, şekilci bir biçime sokarak, kurallar gereği davranmanın yeterli oluşu düşüncesini hakim kılmıştır. Söz konusu kuralcılık ve şekilcilik sebepleri ve tarihsel arka planın incelenmesi bildirinin ana temasını oluşturmaktadır. Ümmeti yönlendirecek olan eğitilmiş, bilgili kesimin bu düşüncüyü topluma taşıması da kaçınılmaz hale gelmekte, eğitim sorunları olan meseleler toplum sorunları olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar gelip geçici olup eğitimdeki sorunlar devam ettiği için her geçen gün Fıkıhın yükü arttı. Bu bağlamda Ümmetle fıkıh eğitimi arasındaki ilişki farklı yönleriyle ortaya konmaya çalışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Ümmet, Fıkıh, Fıkıh Eğitimi, Din Eğitimi

Fiqh Education and its Problems within Salah of Ummah

ABSTRACT

As stated in the Quran (Ali Imran, 110), there is a community for mankind aimed at destroying evil from ordering goodness, and this community is called ummah.

W. Montgomery Watt has associated the concept of "ummah" with the believers (mumin) rather than the Muslims, and has also considered the Jewish people of Medina in the ummah of Muhammad. However, Islamic scholars defend the idea that the ummah consists of the Prophet Muhammad and the people who are with him, in the view of the verses 28 and 29 of Surah Fatah. But now it is a fact that all Muslims making 1/4 of the world's population, individually can not have all the information about religion and that it is impossible to solve the right and untruth, benefit and harm. Indeed, Allah did not want all believers to join the battle during the war, especially those who has deep knowledge in religion (Tevbe 122). And this shows the need for an educated group in religion. In this respect, education of Fiqh has an important position generally within religious education, especially within the Basic Islamic Sciences. Fiqh expresses a rich accumulation and heritage which is the result of Muslims' desire to live as an individual and a society without contradicting their daily lives and to solve it when any problems arise. In the course of education, this heritage was separated as worship and (MUAMELAT), and over time, it was regarded as a set of rules and was brought into isolation from the living world. And this isolation has dominated the idea that it is enough to behave according to the rules in the mind of the student, placing the fiqh in a normative and formal form. The main theme of the declaration is the study of the causes and historical background of this normativity and formality. Inevitably, an educated group that will lead the ummah will bring this idea to society, and issues with educational problems arise as social problems. Even though the people were mortal, the problems in education continued and over time the burden of Fiqh increased. In this context, the relation between Ummah and fiqh education will be tried to be revealed in different aspects.

Keywords: Ummah, Fiqh, Fiqh Education, Religious Education

Role of Technological Innovation on SME's, A case study of dairy sector in Pakistan – 451

Sikandar Feroz KHALID

University of Wales Trinity Saint David, London
1601454@student.uwtsd.ac.uk

ABSTRACT

Pakistan is developing country with status of emerging economy. SME's are playing role of engine in its move towards economic growth and development. Technological innovation plays a crucial role to determine the success of firms and development of the national economies. The dairy sector, which is the main focus of this study, is regarded as one of the most important industries in Pakistan, with a high growth potential. In Pakistan dairy industry in general is characterized by a large number of SMEs that capture a large fraction of the market by manufacturing a wide variety of products. The study is likely to provide extensive insight into strategic planning for entry of organized players in the milk production business. The aim of the research is to determine technological innovation factors effect on SME's success and failure in Pakistan. A mix approach will be taken both primary and secondary method will be used. The primary research will be based on both Qualitative and Quantitative research method. The participants of the study would be selected through purposive sampling and data will be collected via interviews and questionnaires to explore the effect of technological innovation on SMEs. Survey questionnaire would be distributed among at least 100 participants in person and online to determine application of technological innovation in SMEs. Findings from this study will be of value to businesses by enabling SMEs to gain knowledge concerning effective strategies and best practices for sustainable growth of the business.

Sosyal Medya Kullaniminda Ahlaki Boyut – 452

Inst. Dr. Nebiye KONUK
Cyprus Social Sciences University
nebiye.konuk@kisbu.edu.tr

ÖZET

Sosyal medyada ahlaki davranışın tartışılmasında özellikle birkaç konunun altı çizilmelidir. Ahlaki davranış, bireysel yorumlarla her ahlak seviyesinde farklılık gösterebilmektedir. Bunun yanı sıra internet kullanımı davranışlarının ve kültürleşmesinin ahlaki davranış biçimlerini de şekillendirdiğini ve gün geçtikçe ahlaki-ahlaki olmayan ayırımının netleştiğini söylemek mümkündür. Kimlik gizleme, takma isimlerle hakaret etme, gerçekleri yokmuş gibi gösterme, hayal olanı gerçekmiş gibi gösterme, bilgiyi yanlış ve kötüye kullanma, bilgiyi maddi menfaat açısından kullanma arasındaki çizgiler daha anlaşılır bir hal almaya başlamıştır. Toplumun ürettikleri -her ne olursa olsun- tüketim esnasında kültürünü de beraberinde getirir. Sosyal medya araçlarının bu yönüyle de ele alınması, toplumun dinamiklerini anlamayı izah etmede fayda sağlayacaktır. Kültürel olarak “gözetleme, gözetlenme” yalnızlığın ve bireyciliğin bir sonucu olarak yorumlanabilirse de ahlaki olarak gözetleme ve gözetlenmenin ayıp sayıldığı toplumlarda bile bu algının sosyal medya araçları ile neredeyse normalleşmeye başladığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu amaçla çalışmada, sosyal medya kullanımının toplumsal yanımları, kültürün ayrılmaz bir parçası olan “ahlak kavramı çerçevesinde ele alınmış ve literatürde yer alan kaynaklarla yorumlanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya kullanımı, Ahlak, Ahlaki Davranış

The Moral Dimension In Social Media Usage

ABSTRACT

In discussing moral behavior in social media, a few issues need to be underlined. Moral behavior can vary with individual interpretations at every level of morality. In addition to this, it is possible to say that the behaviors and culturalization of internet use shape the moral behaviors and the moral-non-moral distinction becomes clearer. The lines between identity concealment, insulting with aliases, pretending that the truth is absent, pretending that the imagination is real, misusing and misusing information, and using information in terms of material interest have become more understandable. What the society produces - whatever happens - brings culture during consumption. This aspect of social media tools will also help to understand the dynamics of society. Although surveillance can be interpreted as a result of cultural loneliness and individualism, it will not be wrong to say that this perception is almost normalized with social media tools even in societies where moral surveillance and surveillance are considered a shame. For this purpose, the social misconceptions of the use of social media are discussed within the framework of the concept of morality, which is an integral part of culture, and it is tried to be interpreted with the sources in the literature.

Keywords: Usage of social media, Ethics, Moral Behavior

Ethical and Innovative Practices in the Child Food Industry of Bangladesh: A Qualitative View – 454

Rahaman HASAN
r.hasan@uos.ac.uk

Dr. Dababrata CHOWDHURY

ABSTRACT

Proposed study has the main intention to contribute towards the remodelling of productive child food entrepreneurship in Bangladesh through an integrated framework of ethical and innovative practices among the entrepreneurs in the sector. The framework will improve moral issues and business ethics among the food handlers in the country. Food adulteration is considered to be a national problem for Bangladesh. Suggestion of time to time revision of the food adulteration act considering the current situation would assist to handle the situation better, yet all the steps taken to tackle the situation has failed and food adulteration is named as “silent killer” for the society. Researcher adopted qualitative approach as methodology for this study, where semi-structured interviews and focus group were used for qualitative data. Based on the qualitative data, a questionnaire will be designed for quantitative research in a future date. Both qualitative and quantitative research will eventually contribute towards the framework development and the framework will have an impact in improving moral and business ethics of entrepreneurs engaged in child food adulteration in the country.

Keywords: Food adulteration, remote interview technique, purposive sampling, snowball sampling, innovation, online platform, locally sourced ingredients.

Geçmişten Günümüze Milli Kültür Şûraları – 455

Prof. Dr. Emine KOLAÇ
Anadolu University
ekolac@anadolu.edu.tr

Meryem KEKEÇ
Anadolu University
meryem5892@gmail.com

Samet KANTEKİN
Anadolu University
sametkarakalar@hotmail.com

ÖZET

Şûra, bir alanla ilgili olarak oluşturulan danışma kurulu niteliğindedir. Alınan kararlar o alanda yapılacak çalışmalara kılavuzluk eder. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen Millî Kültür Şûraları da, ülkenin kültür politikaları üzerinde değerlendirmelerde bulunmak, kararlar almak, planlamalar yapmak, çağın gereklerine uygun kültür politikaları üretmek amacını taşır. 1982, 1989 ve 2017 yıllarında olmak üzere üç kez düzenlenen Millî Kültür Şûralarında kültüre temel oluşturan alanlar değişik boyutlarıyla ele alınmış, yaşanan sorunlar irdelenmiş, bu konuda çeşitli öneriler dile getirilerek sorunların çözümüne yönelik kararlar alınmıştır. Geçmişten günümüze kadar Millî Kültür Şûralarında üzerinde durulan konuların, sorunların, alınan kararların tüm boyutlar kapsamında gözden geçirilmesi, ülkenin kültür politikaları açısından var olan durumu ortaya çıkarmak, geniş bir tablo üzerinden değerlendirmelerde bulunmak açısından oldukça önemlidir.

Bu araştırmada, Millî Kültür Şûralarında üzerinde durulan konular, alınan kararlar değerlendirilmeye çalışılmıştır. Nitel araştırma yaklaşımının benimsendiği araştırmada doküman incelemesi tekniği kullanılmıştır. Millî Kültür Şûraları bu kapsamda içerik analizi yoluyla çözümlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Milli Kültür, Milli Kültür Şurası

National Cultural Currents from Past to Present

ABSTRACT

The Council is an advisory committee on a field. The decisions taken guide the studies to be carried out in that field. National Culture Councils organized by the Ministry of Culture and Tourism, the country's cultural policies to evaluate, make decisions, make plans, cultural policies in accordance with the requirements of the era is intended to produce. In the National Culture Councils which were organized three times in 1982, 1989 and 2017, the areas forming the basis of culture were handled with different dimensions, the problems experienced were examined, various suggestions were expressed and decisions were made to solve these problems.

It is very important to review the issues, problems and decisions taken in the National Cultural Councils from the past to the present within the scope of all dimensions, to reveal the current situation in terms of the cultural policies of the country and to make evaluations on a wide table.

In this research, the subjects discussed in the National Council of Culture and the decisions taken were evaluated. The qualitative research approach was adopted and the document analysis technique was used. In this context, National Culture Councils were analyzed through content analysis.

Keywords: Culture, National Culture, National Culture Council.

Çin Kültüründeki Tao Anlayışının Eski Çağlarda Türk Yönetim Sistemindeki Karşılığı Meselesi Üzerine Bir İnceleme – 456

Inst. Ayten AKCAN

Hitit University
ayten.akcan7@gmail.com

ÖZET

Eski Çin devlet ve egemenlik anlayışı ile Türk anlayışı arasında büyük yakınlıklar vardır. Eski Çin kültüründe “*Tao*” denilen bir düzen vardır. Bütün varlıklar bu düzen içinde uyumlu bir şekilde hareket etmelidir. Toplum hayatı da bu düzene uygun olmalı; güneş, ay ve yıldızlar bu düzene uygun hareket etmelidir. Herkes yaşantısını bu düzene göre kuralmalıdır. Bunun yanında Çin imparatoru ise, gök’ün bir sembolü ve insanlara örnek bir rol model olarak oturmalıdır. Farklı diller konuşan, farklı yaşam biçimlerine sahip olan ve değişik duygu ve düşünce içerisinde ki insanları bir devlet içinde birleştirmek gök’ün buyurduğu bir ödevdir. Devlet idaresi ortaya koyduğu ve şekillendirdiği yönetim şekli ile *kutup yıldızına* benzer, kendi yerinde durur, diğer yıldızlar ise onun çevresinde saygı ile dolu olarak dönerler ve onun karşısında eğilirler.

Bu motiflerin Eski Çağlarda Türk anlayışında da olduğu *Kutup Yıldızı’nın* devlet ve yönetimle ilgili bir kavram olduğu, Türk kültür ve inancında da önemli bir yere sahip olduğu göze çarpmaktadır. Türk evren anlayışı, *Demirkazık* (Kutup Yıldızı) ile yeryüzünün gökyüzüne bağlılığı inancını taşımaktaydı. Türklerde gök’ün kutluluğu fikri çok eski dönemlerde başlamış, bu durum aile ve devlet yönetim anlayışını da etkilemiştir. Eski Türklerde Hakana “*acuncu*” denmesi ve burada kullanılan acun kelimesinin cihan manasına gelmesi, Türk hakanlarının Tanrı tarafından bütün insanlığı idare için gönderilmiş hükümdar kisvesinde görüldüğünün açık bir örneğidir. Tek bir farkla, Eski Çin kültüründeki Tao anlayışı aynı zamanda Türklerde bugün bile varlığını koruyan Töre fikrini andırmaktadır. Çin anlayışında gök’ün kendisi yaratıcıdır ve imparatora onun oğludur ve kutsaldır. Türk anlayışında ise göğü de yeri de yaratan bir tanrı vardır ve Türk hakanına *kut* yani devleti yönetme yetkisi verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Eski Türkler, Tao, Eski Çin Medeniyeti, Yönetim, Kut.

A Review on The Question of The Reciprocity of Tao Understanding in Chinese Culture in The Old Age Turkish Administration System

ABSTRACT

There is a great affinity between the old Chinese state and the Turkish understanding of sovereignty. In ancient Chinese culture, there is a so-called “Tao”. All beings must act in harmony within this order. Community life must be in line with this order; the sun, moon and stars must act in accordance with this order. Everyone should establish their lives according to this order. In addition, the Chinese emperor must sit as a symbol of heaven and a role model for the people. It is a duty of the sky to unite people who speak different languages, have different lifestyles and have different emotions and thoughts in a state. The state administration is similar to the polar star with the form of administration it has created and shaped, and it stands in its own place, while the other stars revolve around it with respect and bend in front of it. It is noteworthy that the Polar Star, which these motifs were in Turkish understanding in ancient times, is a concept related to the state and administration and has an important place in Turkish culture and belief. The Turkish universe understanding, with *Demirkazık* (Pole Star), had the belief that the earth was connected to the sky. The idea of celestial celestialism in Turks began in ancient times, and this also affected the understanding of family and state administration. The fact that the old Turks called Hakana as *uncu acuncu* ve and that the word *acun* used in the word *c acun c* means *cihan* is a clear example of the fact that Turkish khans were seen as the ruler sent by God to rule all humanity. With one difference, the Tao conception in ancient Chinese culture is also reminiscent of the idea of Töre, which still exists today in the Turks. In Chinese understanding, heaven itself is the creator and the emperor is his son and holy. In the Turkish understanding, there is a god who creates the heavens and the earth, and the Turkish khan is given the authority to govern the state.

Keywords: Old Turks, Tao, Ancient Chinese Civilization, Administration, Kut.

Sivil Toplum Kuruluşlarının Bölgesel Kalkınmadaki Rolünün Değerlendirilmesi – 457

Asst. Prof. Dr. Suna Muğan ERTUĞRAL

Istanbul University, Faculty of Economics, İstanbul / Turkey
sertugral@yahoo.com

Prof. Dr. Mehtap ÖZDEĞER

Istanbul University, Faculty of Economics, İstanbul / Turkey
mozdeger@istanbul.edu.tr

Merve DÖLEK

Istanbul University, Faculty of Economics, İstanbul / Turkey
mervedolek@gmail.com

ÖZET

Dünyada yaşanan ekonomik ve toplumsal gelişmeler doğrultusunda önem kazanan sivil toplum kuruluşları, toplumların sosyo-ekonomik ve kültürel kalkınmışlık sorunlarının çözülmesi ve toplumun temel ihtiyaçlarının giderilmesi ve demokratik haklarının değerlendirilmesi konularında, toplumlardaki değişim ve gelişim sürecini hızlandırıcı bir fonksiyonu üstlenen önemli kuruluşlardır. Bölgelerarasındaki gelişmişlik farkının giderilmesi yönünde geliştirilen kalkınma politikalarında devletin etkin rolü son derece önem arz etmektedir. Ancak kar amacı taşımayan ve özerk kuruluşlar olan sivil toplum kuruluşları gönüllülük esasına dayanan çalışmaları ile merkezi hükümetin çalışmalarının paralellerinde bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan kalkınması için önemli çalışmalar yürütmektedirler. Tarihsel süreçte incelediğimizde vakıflar, dernekler, kooperatifler, meslek örgütlenmeleri köklü kuruluşlar olarak bu konuda toplumsal yararlılıklar sağlamışlardır. Bu çalışma kapsamında tarihsel süreçte etkili olan bu sivil toplum kuruluşlarının gelişimi, bölgesel kalkınmaya olan etkilerinin değerlendirilmesi ele alınacaktır. Çalışmanın amacı sivil toplum kuruluşlarının ekonomik ve sosyal yaşamı düzenleyen ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasındaki etkin rolünün değerlendirilmesidir. Bu çalışma literatür taraması, istatistik verilerin değerlendirilmesi ve bölgesel kalkınmada sivil toplum kuruluşlarının öneminin incelenmesiyle sonuçlandırılacaktır.

Anahtar Kelime: Sivil toplum Kuruluşları, Bölgesel Kalkınma, Vakıflar, Dernekler, Kooperatifler, Meslek örgütlenmeleri.

Evaluation of the Role of Non-Governmental Organizations in Regional Development

ABSTRACT

Non- Government Organizations, which have gained importance in line with the economic and social developments in the world, are important organizations that assume a function to accelerate the process of change and development in societies in order to solve socio-economic and cultural development problems of societies and to fulfill basic needs of society and to evaluate democratic rights. The effective role of the state in the development policies developed to eliminate the development disparities between regions is of utmost importance. However, non-profit and autonomous non-governmental organizations carry out important works for the economic, social and cultural development of the region in parallel with the activities of the central government through their voluntary works. When we examined the historical process, foundations, associations, cooperatives, professional organizations have provided social benefits in this regard as rooted organizations. In this study, the development of these non-governmental organizations which are influential in the historical process and their effects on regional development will be discussed. The aim of the study is to assess the effective role of non-governmental organizations in regulating economic and social life and ensuring regional development. This study will be concluded by analyzing the literature, evaluating statistical data and examining the importance of non-governmental organizations in regional development.

Keywords: Non-Governmental Orgaznizations, Regional Devolopment, Foundations, Associations, Cooperatives, Professional Organizations.

Türkiye’deki Start-Up Yatırımlarından Finansal Teknolojileri (FinTech): Türkiye FinTech Ekosistemi ve Gelişimi – 458

Asst. Prof. Dr. Furkan EVRANOS

Istanbul Gedik University
furkan.evranos@gedik.edu.tr

ÖZET

FinTech’ler, inovatif iş modelleri ve yüksek teknolojik kapasiteleri sayesinde finansal hizmetlerde yenilikleri mümkün kılan, geliştiren ve zaman zaman da temelden değiştiren kuruluşlar olarak tanımlanabilir. FinTech’ler hem müşteriye doğrudan dokunabilir hem de geleneksel finansal kuruluşlarına yeni ürün ve hizmet sunup onların rekabette öne çıkmasına veya çağı yakalamasına destek olabilirler. Yaratıcı, yenilikçi çözümler üreten Fintechleri Türkiye’de popüler hale getiren en önemli faktörler; teknolojik gelişmeler, değişen müşteri talepleri, genç nüfus, coğrafi konum, dinamik girişimci ve iş gücü kaynağı, güçlü ve yenilikçi finans sektörü ve konjonktürel dinamiklerdir. FinTech’ler daha iyi hizmet, erişimde kolaylık ve rekabet ortamının geliştirilmesi gibi adımlarla finansal hizmetler pazarının büyütülmesi ve daha geniş kitlelere ulaşabilmesi anlamında son derece önemli bir fonksiyona sahipler. FinTech girişimlerin çevik ve müşteri dostu yaklaşımları finans dünyasına yeni açılımlar kazandırmakta ve mevcut iş yapış şekillerini değiştirmektedir. Türkiye’nin güçlü bankacılık sistemine sahip olması, nakit dışı ödeme sistemlerinin yaygınlaşması ve mobil teknolojilerin yoğun biçimde kullanımı ülkemizde FinTech startup’lara önemli fırsatlar sağlamaktadır.

Dünyada FinTech alanında yatırım çeken alanlar, ödemeler, mobil bankacılık, varlık yönetimi, borç verme, InsurTech (Sigortacılık), sermaye piyasaları (finansal modelleme ve analiz yazılımları), crowdfunding ve Blockchain-Bitcoin alanlarıdır. Türkiye’de ise B2B ve B2C alanında genellikle ödemeler, mobil bankacılık, varlık yönetimi, sermaye piyasaları ve dijital para birimi alanları ilgi çekiyor. Türkiye FinTech ekosistemi oyuncularının ön ödemeli kartlar, cüzdan uygulamaları, ödeme takibi, offline ödeme, para transferi, indirim ve sadakat kartları, bütçe yönetimi, tahsilat, POS yönetimi, ön muhasebe, VPOS, yazarkasa, bankacılık yazılımları ve kredi skorlama gibi alanlarda faaliyet gösterdiğini görmek mümkün. Türkiye finans sektörü ve bankacılık sistemi global ve yerel ekonomik ve politik dalgalanmalara rağmen sağlam kalabilen Türkiye ekonomisinin en güçlü kollarından biri olarak ülkedeki FinTech sektörünün de gelişmesinin ana itici kuvveti görevini görmektedir. İstanbul Finans Merkezi vizyonu projeksiyonu ile Avrupa-Asya arası bir köprü olarak jeopolitik avantajını da kullanan Türkiye’nin yakın gelecekte bölgesel bir finansal teknoloji merkezi haline gelmesi hayal değildir.

Bu çalışmada; startup yatırımlarından finansal teknoloji girişimleri olan FinTech’ler üzerinde durulacaktır. Türkiye’nin sahip olduğu potansiyel, startup ekonomisi, FinTech pazar verileri, FinTech yatırımları, yabancı sermaye ilgisi ve FinTech’ler ile konvansiyonel finans sektörü arasındaki ilişki ve karşılıklı etkileşim, FinTech’lerin güçlü ve gelişime açık yönlerinin yanı sıra sundukları fırsatlar irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Startup, FinTech, Türkiye’de FinTech Yatırımları, FinTech’ler ve finans sektörü

Financial Technologies of the Start-Up Investments in Turkey (FinTechs): Turkey’s FinTech Ecosystem and Development Process

ABSTRACT

FinTechs can be defined as organizations that enable innovations in financial services, develop and change them thanks to its innovative business models and high technological capacities. FinTechs can both directly touch the customer and offer new products and services to traditional financial institutions and help them stand out in competition and catch up with the era. FinTechs that produces creative, innovative solutions have most important factors that make it popular in Turkey; technological developments, changing customer demands, young population, geographical location, dynamic entrepreneur and labor force, strong and innovative financial sector and cyclical dynamics. FinTechs have a very important function in terms of expanding the financial services market and reaching wider audiences through steps such as better service, accessibility and development of a competitive environment. The agile and customer-friendly approach of FinTech enterprises gives new insights into

the world of finance and changes the way they do business. Turkey's banking system to have a strong, widespread and intensive use of mobile technology in our country of non-cash payment systems provide significant opportunities for fintech startup.

FinTech's areas of investment in the world are payments, mobile banking, asset management, lending, InsurTech (Insurance), capital markets (financial modeling and analysis software), crowdfunding and Blockchain-Bitcoin. In Turkey, payment systems regarding generally B2B and B2C, mobile banking, asset management, capital markets and attracting interest digital currency areas. It is possible to see that Turkey fintech ecosystem players operate in area of prepaid cards, wallet application, payment tracking, offline payments, money transfers, discounts and loyalty cards, budget management, collection, POS management, accounting, VPOS, cash, banking software and loans scoring. Turkey's financial sector and the banking system which can remain powerful despite global and local economic and political fluctuations as one of the most powerful branch of Turkish economy in the country driving force of development FinTechs. Being as a center of financial technologies is not dream for Turkey soon by using the advantages of geopolitics importance caused by being of the bridge between Asia and Europe.

In this study, we will focus on FinTechs which are financial technology initiatives. Turkey's potential, startup economy, fintech market data, fintech investment, demand of foreign capital, the relationship and interaction between FinTechs and conventional financial sector players, opportunities, strength, weakness and development areas of of FinTechs will be examined

Keywords: Startup, FinTech, FinTech Investments of Turkey, FinTechs & Financial Sector.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa
**Kentsel Sit Alanlarındaki Yenileme Çalışmalarının Turizm Açısından
Değerlendirilmesi – 459**

Res. Assist. Sezgi GEDİK
İstanbul University-Cerrahpaşa, SBMYO
sgedik@istanbul.edu.tr

ÖZET

Kentler, sosyal, kültürel, ekonomik ve fiziksel dokuları ile çok boyutlu yapılardır. Özellikle kent merkezleri yıllar içinde göçler, nüfus sayısındaki artışlar, yeni fiziki yapılanmalar, ekonomik ve sosyo-kültürel farklılaşmalar ile önemli değişimler geçirmiştir. Bu değişimler kentin tarihi dokusunu oluşturan kent merkezlerinin sit alanı haline dönüşmesine sebep olmuştur. Planlama bölgesi içinde kentsel sit alanlarının korunması ve kentsel sit özellikleri ile uyumlu yapılaşma alanlarının oluşturulması bir zorunluluktur. Kentlerin gelişmesiyle kültürel dokunun tahribi adeta paralellik arz etmektedir. Kentin Kültürel özellikler ise turizmin cazibe unsuru olması bakımından önemlidir. Kentsel alan içinde tarihi değere sahip ya da konum olarak kent içinde avantaja sahip alanların soylulaştırılması veya yenilenmesi turizm sektörünün de olumlu yönde etkilenmesine sebep olmaktadır. Bu sebeple kentsel sit alanları yürürlükteki mevzuat uyarınca koruma kararlarının sürdürülebilir kılınması, sit alanlarının Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Yüksek Kurulu'nun ilke kararları doğrultusunda korunması ve kullanılmasının sağlanması temel ilke olmaktadır. Sit alanlarına yönelik planlamalar, yerel yönetimlerin, bu konuda çalışan kurumların, meslek odalarının ve sivil toplum örgütlerinin katılımını kapsayan geniş kapsamlı değerlendirilmektedir. Bu çalışma kapsamında literatür çalışması yapılarak kentsel sit alanlarına yönelik çalışan kurumların faaliyetleri araştırılacak ve turizm yönünden değerlendirilecektir.

Anahtar Kelime: Kentsel Planlama, Kentsel Sit Alanları, kentsel yenileme, Turizm

Evaluation of Renewal in Urban Protected Areas in Terms of Tourism

ABSTRACT

Cities are multi-dimensional structures with their social, cultural, economic and physical textures. In particular, urban centers have undergone significant changes over the years with migrations, increases in population, new physical structures, economic and socio-cultural differences. These changes caused the city centers, which constitute the historical fabric of the city, to become a protected area. It is an obligation to protect urban conservation areas within the planning region and to establish construction sites compatible with urban conservation characteristics. The rapid development of cities causes destruction of the cultural fabric. The cultural characteristics of the city are important in terms of being an attraction element of tourism. Gentrification or renewal of areas that have historical value in the urban area or which have advantage in the city as a location also positively affects the tourism sector. For this reason, it is essential to make conservation decisions sustainable in accordance with the legislation in force and to ensure that the protected areas are protected and used in accordance with the principle decisions of the High Council for the Protection of Cultural and Natural Assets. The planning activities for the protected areas are covered in a comprehensive manner, involving the participation of local governments, private institutions, professional chambers and non-governmental organizations. Within the scope of this study, the activities of institutions working in urban protected areas will be researched and evaluated in terms of tourism through literature review.

Keywords: Urban Planning, Urban Protected Areas, Urban Renewal, Tourism.

Cultural Entrepreneurship in Creative Industries – 460

Dr. Cigdem KAYA

Istanbul Arel University
cigdemkaya@arel.edu.tr

Nelson PHILLIPS

Imperial College London
n.phillips@imperial.ac.uk

ABSTRACT

Entrepreneurship in creative industries is important socially and economically. In this study, we address how, why, and when new kinds of performing art organizations emerge. More specifically, we study theatres in Turkey to explore the evolution of the theatre, why the number of theatres is increasing, and who is creating these theatres. Our main focus is on how cultural entrepreneurs create new cultural institutions (in this case theatres), the forms of work they carry out in doing so, and what motivates them beyond the traditional profit motive. We conclude that much of the story of cultural entrepreneurship in Turkey is a translation story of moving plays and organizational forms from Europe and North America, but with important forms of local innovation also occurring.

Keywords: Creative industries, Cultural entrepreneurship, Performing arts.

Borçlanma Maliyetlerinin TFRS ve BOBİ FRS Açısından Karşılaştırılmasına İlişkin Uygulama Örnekleri – 462

Prof. Dr. Seçkin GÖNEN

Dokuz Eylul University, FEAS
seckin.gonen@deu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Emin YÜREKLİ

Kyrgyz - Turkish Manas University, FEAS
eyurekli@pau.edu.tr

ÖZET

Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB) tarafından yayınlanan 23 Nolu Borçlanma Maliyetleri Standardı, bir işletme tarafından gerçekleştirilen borçlanmalarla ilgili olarak ortaya çıkan faizlerini, kredi komisyonlarını, kur farklarını ve vade farklarını borçlanma maliyeti olarak tanımlamakta ve muhasebeleştirme esaslarını açıklamaktadır. Standardının temel ilkesi, bir özellikli varlığın elde edilmesi veya ortaya konması ile doğrudan ilişki kurulabilen borçlanma maliyetlerinin aktifleştirilmesi, bunların dışındaki maliyetlerin gider kaydedilerek muhasebeleştirilmesini öngörmektedir. Bununla birlikte bağımsız denetime tabi olup Türkiye Finansal Raporlama Standartlarını (TFRS) uygulamayan işletmeler için de yayınlanan tebliğ ile yürürlüğe giren Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) bulunmaktadır. BOBİ FRS’de 17.Bölümde incelenen Borçlanma Maliyetleri, Uluslararası Muhasebe Standartlarına benzerlik gösterse de Stoklar ve Maddi Duran Varlıklar açısından bazı farklılıklar içermektedir. Çalışmanın amacı Borçlanma Maliyetlerinin TFRS ve BOBİ FRS açısından muhasebeleştirilmesindeki farklılıkları ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: TFRS, BOBİ FRS, Borçlanma Maliyetleri

Examples of Comparison of Borrowing Costs in terms of TFRS and BOBİ FRS

ABSTRACT

The Borrowing Costs Standard No. 23, issued by the International Accounting Standards Board (IASB), defines the interest, credit commissions, currency differences and maturity differences arising from borrowings by an entity as borrowing costs and describes the accounting principles. The basic principle of the Standard stipulates the capitalization of borrowing costs that can be directly related to the acquisition or presentation of a qualifying asset, and the recognition of costs other than these, by recognizing them as expense. However, subject to independent audit Turkey Financial Reporting Standards (TFRS) and published the notification for business administration enacted the Financial Reporting Standard for Large and Medium-Sized Businesses (BOBİ FRS) are available. Borrowing Costs examined in Section 17 of the BOBİ FRS, although similar to International Accounting Standards, have some differences in terms of Inventories and Tangible Assets. The purpose of this study is to reveal the differences in the accounting of Borrowing Costs in terms of TFRS and BOBİ FRS.

Keywords: TFRS, BOBİ FRS, Borrowing Cost.

Liderlik Yaklaşımının Çalışan Motivasyonuna Etkisi: Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma – 463

Prof. Dr. Asım SALDAMLI

Mardin Artuklu University
asimsaldamli@gmail.com

H. Çağla ADALAN

Niğantaşı University

ÖZET

Bu çalışmada kamu sektöründe çalışanların motivasyonu ile liderlik tarzları arasında bir etkileşimin varlığı araştırılmıştır. Araştırmanın evreni olarak İstanbul Anadolu yakasındaki kamu kuruluşlarından 24 okul, 1 adliye ve 1 vergi dairesidir. Bu kurumlarda çalışan 805 kişi ile anket çalışması yapılmış ve elde edilen sonuçlar istatistiksel olarak analiz edilmiştir.

Çalışmadan derlenen beyanlar faktör analizine tabi tutulmuş ve 3 liderlik türü ile 5 motivasyon faktörü belirlenmiştir. Liderlik türleri; hümanist-demokratik, bürokratik ve otokratik liderliklerdir. 5 motivasyon faktöründen sadece biri araştırma konusu ile ilgili olduğundan “lider etkileşimli motivasyon faktörü” adı verilmiştir. Lider etkileşimli motivasyon faktörünün bahsi geçen üç liderlik tarzı ile ilişkisi korelasyon matrisi üzerinden çıkarılmıştır. Her üç liderlik tarzı ile motivasyon arasında ilişki olduğu saptanmıştır. Araştırmada ayrıca katılımcıların demografik özellikleri ile üç liderlik tarzı arasındaki ve yine demografik özellikleri ile lider etkileşimli motivasyon arasındaki ilişkiler sorgulanmıştır. Yaşa ve kıdeme bağlı özelliklerle lider etkileşimli motivasyon arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Lider, yönetici, motivasyon, motivasyon araçları

Impact of Leadership Approach on Motivation of Employee: A Research on Public Employees

ABSTRACT

In this study, it was studied the availability of an interaction between motivation and leadership styles of the people working in public sector. The universe of the study is 24 schools, 1 judicial court and 1 tax office located in Asian side of İstanbul city. A questionnaire was held with 805 individuals working in above mentioned public corporations, and results were statistically analyzed. Statements gathered by the survey were undergone functional analysis, and resultant 3 leadership styles and 5 motivational factors were identified. Leadership styles are humanistic – democratic, bureaucratic and autocratic leadership styles. One of the five motivation functions was related to the study and was called leader-related motivational factor and the relation to three leadership styles was identified by correlation matrix. It was defined a relation between each of three leadership styles and leadership-related motivational factor. It was also questioned a relation between demographic features of the surveyed and the three leadership styles together with leader-related motivation. It was also defined a relation between leader – related motivation and features based on age and the year in the corporation.

Keywords: Leader, manager, motivation, motivational tools.

Sağlık Hizmetlerinde Dönüşüm: Türkiye Örneği – 466

Prof. Dr. Serpil AĞCAKAYA

Süleyman Demirel University, FEAS

serpilagcakaya@sdu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı neoliberal sağlık reformlarını değerlendirerek Türkiye’de 2003 yılından sonra yürürlükte yer alan Sağlıkta Dönüşüm Projesi ile olan ilişkisini ortaya koymaktır. 1980’lerden sonra ortaya çıkan neoliberal politikaların kamu sağlık sektörüne yansması sağlık hizmetlerinin sunum, finansman ve organizasyonun yapısının değişimine yol açmıştır.

Sağlıkta Dönüşüm Projesinin Türk sağlık sektörüne uygulandığı ile sağlık hizmetlerinin kamusal niteliği aşınmış, hizmet sunumu, finansman ve örgütlenme yöntemleri değişmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sağlıkta Dönüşüm Projesi, Neoliberal sağlık reformları, Sağlık Sistemleri

Health Transformation: The Case of Turkey

ABSTRACT

The aim of thesis is to evaluate the neoliberal health reforms and to Show their relevance to Health Transformation Program of Turkey, which has been in force since 2003. The reflection of the neoliberal economic policies that emerged after the 1980s on the public health sector has led to the transformation and transformation of the presentation, financing and organization of health systems.

The Health Transformation Program was carried out in the same way that neoliberal health reforms were applied to the Turkish health system. As a result, the public nature of health services has been eroded, service delivery, funding and advisory methods were transformed by neoliberal health reforms.

Keywords: Health Transformation Program of Turkey, Neoliberal health reforms, Health system.

Sanal Dünyada Sadakatin Oluşumunda Psikolojik Sahiplenme Teorisi:

WhatsApp Örneği – 467

Assoc Prof. Dr. Selma KALYONCUOĞLU

Ankara Hacı Bayram Veli University, FEAS
selma.kalyoncuoglu@hbv.edu.tr

Res. Assist. Emine ŞENBABAĞLU DANACI

Düzce University
eminesenbabaoglu@duzce.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada pazarlama literatüründe son zamanlarda yer almaya başlayan psikolojik sahiplenme teorisine odaklanılmaktadır. Psikolojik sahiplenme, bireylerde maddi olan ya da olmayan şeylere karşı, kendilerininmiş hissini yaratan bir duygunun yaşanması olarak tanımlanmakta ve örgütlerde çalışanların tutum ve davranışlarının önemli belirleyicisi olarak ele alınmaktadır. Pazarlama açısından psikolojik sahiplenme teorisinin anlaşılması, tüketici davranışları ile birlikte ele alınmasıyla mümkündür. Aynı zamanda teknolojinin gelişimiyle her geçen gün bireylere farklı şekillerle sunulan sosyal medya mecraları, kullanıcıların tutum ve davranışlarıyla şekillenmektedir. Bu doğrultuda çalışmada öncelikli olarak sanal dünyada psikolojik sahiplenme teorisi, takiben algılanan kontrol, algılanan bilinirlik ve öz yatırım olmak üzere psikolojik sahiplenmeyi oluşturan etmenler, sonrasında ise sadakat davranışının çıktılarından olan, ağızdan ağıza iletişim ve kullanıma devam etme unsurları teorik olarak incelenmektedir. Ardından ilgili değişkenler arasında hipotezler oluşturulmaktadır. Bu kapsamda araştırma, Türkiye’de sanal mecralar arasında yaygın olarak kullanılan WhatsApp programının kullanıcıları üzerinde uygulanmaktadır. Söz konusu modelin analizi için kullanılacak 604 adet veri, online anket yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırma modelinin yapı geçerlilik ve güvenilirlik testi için Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmakta ve model testi için ise Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanılmakta olup değişkenler arasındaki ilişkiler ölçülmektedir. Araştırma sonuçları, psikolojik sahiplenmenin oluşumuna etki eden etmenlerin etki derecelerini gösterirken, psikolojik sahiplenme teorisinin, sanal dünyada sadakat oluşumundaki etkisini de ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Sahiplenme Teorisi, Sanal Dünya, Sadakat, Ağızdan Ağıza İletişim, Devamlı Kullanım.

The Psychological Ownership Theory in the Formation of Loyalty in Virtual World: The Case of WhatsApp

ABSTRACT

This paper focuses on a relatively new focus in marketing literature: the psychological ownership theory. In a nutshell, this theory refers to a feeling which creates a sense of ownership for material/non-material phenomena, which significantly affects attitudes and behavior of employees in an organization. In marketing, the psychological ownership theory should be elaborated regarding consumer behavior. In this sense, social media realm provides a valuable research area since this realm and consumers’ behavior constantly shape each other due to their continuous interaction. Accordingly, this paper focuses firstly on the factors creating psychological ownership which are psychological ownership in social media, perceived control, perceived familiarity and self-investment. Secondly, it examines the theoretical outputs of loyalty, e.g. word of mouth marketing and continuance usage. Following this, it brings up hypotheses between these factors and theoretical outputs via taking the widespread WhatsApp application users as a case study. To analyze the research model, a survey of 604 respondents was carried out. For the construct validity and reliability test, confirmatory factor analysis and for model test structural equation modeling was used for measuring the relations between variables. The results of this research show the level of influence of the factors creating psychological ownership and also puts forward psychological ownership theory’s effect on the formation of loyalty in virtual world.

Keywords: Psychological Ownership Theory, Virtual World, Loyalty, Word of Mouth, Continuance Usage.

Better Business Education towards Development of Entrepreneurship– 468

Assoc. Prof. Dr. Aril CANSEL

Ankara HBV University, Turkey
arilcansel@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Erdogan EKIZ

King Abduaziz University, Saudi Arabia
hekiz@kau.edu.sa

ABSTRACT

Given the entrepreneurship often involves a capacity and willingness to develop, organize and manage a business venture along with any risks in order to make a profit, it is no surprise that creating this capacity and willingness cannot be left to chance. Education being the tool to train the minds and provide needed skills, entrepreneurship education has the mandate to equip the youth with functional knowledge and skills. Keeping this in mind, this paper explores the possibilities of better structuring and connecting the business education and business organizations for economic efficiency and effectiveness. By debating the question “Can adaptive business research and teaching help create sustainable economies in developing countries”, this paper aims to provoke a discussion among the stakeholders. Most issues discussed in the paper are long debated in the literature for developed economies. A new approach for developing economies to remain competitive is a necessity and this non-empirical study aims to lead to empirical research to narrow that gap. Points highlighted in this brief summary provokes the discussion on how the education can be use better and points out few guidelines to assist not only the academia but also the industry members.

Keywords: Business education, developing economies, entrepreneurship, business academia, collaboration

Entrepreneurship and Social Media in the Creative Industries: A Socio-Technical Perspective of Entrepreneurial Discovery of Value Opportunity and Exploitation – 469

Al Otaiba, Maysson
Cardiff Metropolitan University
mayssona@hotmail.com

ABSTRACT

The research focused on explaining creative entrepreneurs' usage of social media (SM) to express and communicate their creative aesthetics to customers from a socio-technical perspective. The explanation focused on understanding how creative entrepreneurs achieve mature usage of SM. Maturity implying SM usage such that creative processes are well integrated with internal business operations and marketing communications to create economic value. There are no extant explanatory frameworks that account for creative entrepreneurs' use of SM to express and communicate their creative aesthetics to customers. A qualitative research methodology using in-depth interviews with creative entrepreneurs in the fashion, jewellery, and art industries, amongst others was used to collect data. The in-depth interviews were semi-structured and were designed to collect data consistent with the research objectives. Focus was placed on how social media enables opportunity seeking and how creative entrepreneurs exploit it using social media. The collected data was analysed to establish patterns that reveal how social media is used to create value. The SM maturity framework contributes an empirically validated explanation of strategic use of SM by creative entrepreneurs for effective aesthetic value communication and interaction with customers to create value. Maturity is integration of SM into their creative processes to express and communicate aesthetic value and value creation. The practical impact is that creative entrepreneurs can use the framework for their own SM practices to express and communicate aesthetic value and value creation.

Keywords: Creative Industries, Entrepreneurship, Entrepreneurial Discovery and Value Opportunity

**Woman Entrepreneurship In Turkey, Factors Leading Women To Entrepreneurship And Analysis Of The Present Socio-Economic Structure, National And International Supports Provided For Woman Entrepreneurs
- 471**

Lect. Selen ÇELİKÖZ

Istanbul Kultur University
Job Development, Industrial and Sectoral Relations Unit Head
s.celikoz@iku.edu.tr

ÖZET

Woman Entrepreneurship involves making women have stronger socio-economic status and making them assume entrepreneur roles in society. One of the major factors leading women to entrepreneurship in Turkey is the attempt to decrease the negative effects of country's macroeconomic conditions on household income. The women's tendency to start small enterprises stems from various reasons. First of all, woman by starting small enterprises want to make an economic contribution to the household; secondly, because of the decrease in the household income, increasing number of women seek for any jobs providing them with a salary. On the other hand, because of the fact that lacking the necessary qualifications women employment rates are quite low and women are forced to start their own business. Factors leading to woman entrepreneurship can be grouped as positive and negative, based on personal and external factors they can also grouped as "pushing and pulling factors". While negative factors are pushing woman entrepreneurship, positive factors are pulling woman entrepreneurship.

Nowadays, "micro finance system" is regarded as one of the strategies applied to boost income and employment in rural areas. So, women starting their own business are also regarded as a micro finance alternative. The number of challenges faced by woman entrepreneurs is much higher than the challenges faced by man entrepreneurs. Among these challenges, education, the assumed role of woman in social life, networking, family reactions, workloads, power struggles in the family are the basic ones. Recently, supports offered to woman entrepreneurs greatly contribute to the development of woman entrepreneurship. This study carried out by a foundation university hosting an "Applied Entrepreneurship Program" analyzed woman entrepreneurs participating the program and determined an increase in the number of woman entrepreneurs and set a woman entrepreneur profile in the process of entrepreneurship development in Turkey beginning from 1980s.

Keywords: Entrepreneurship, woman entrepreneurship, gender, entrepreneur support, finance, social and economic factors

Deniz Baykal Dönemi CHP ve Türk Sosyal Demokrasisinin Evrimi – 472

Prof. Dr. İsmail AKBAL

Aksaray University, FEAS
ismailakbal@gmail.com

Ezgi Gizem YOLLU

İnönü University, SBE
baran_gizem_ezgi@hotmail.com

ÖZET

Uzun bir siyasi geçmişi olan Deniz Baykal, 1993 yılında CHP (Cumhuriyet Halk Partisi)'nin genel başkanı olmuştur. 2010 yılına kadar (Altan Öymen dönemi hariç) CHP'nin genel başkanı seçilmiştir. Bu dönem içerisinde CHP sürekli eşitlik, özgürlük ve laiklik gibi değerlere devamlı vurgu yapmış ve bu ilkelere bağlı kaldığını dile getirmiştir. Fakat Baykal'ın parti ile ilgili kararları partililere danışmadan kendi başına alarak eşitlik ve ifade özgürlüğünü engelleyen bir tutum sergilemektedir. Genel başkanlığının son zamanlarına doğru anayasa yapım sürecine karşı olumsuz bir tavır sergilemiş, Kürt meselesini sadece Güneydoğu meselesi olarak değerlendirmiş ve kamusal alanda başörtüyü siyasi bir kimlik olarak ifade etmiştir. 2010 yılında ahlak dışı bir kasetinin yayınlanması sonucu genel başkanlıktan istifa etmek zorunda kalmıştır. Bu çalışmada Baykal'ın genel başkan olduğu tarihinden itibaren hazırlanan parti programları ve tüzükleri karşılaştırılıp, nasıl siyasi bir politika izlediği araştırılmıştır. Yayınlanan kasetin FETÖ (Fetullahçı Terör Örgütü) ile ilişkisi incelenmiş ve Baykal'ın "komplo" dediği bu olay karşısındaki tavrı araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Deniz Baykal, CHP, Kürt Meselesi, Komplo, Sosyal Demokrasi

Deniz Baykal Period CHP and Evaluation of Turkish Social Democracy

ABSTRACT

Deniz Baykal, who has a long political background, became the leader of the Republican People's Party (CHP) in 1993. He was elected CHP leader until 2010 (excluding Altan Öymen). During this period, the CHP has consistently emphasized the values such as equality, freedom and secularism. However, Baykal 's decisions about the party are taken by themselves without consulting the parties, and thus, they have an attitude that prevents freedom of expression and freedom of expression. Towards the end of his presidency, he has taken a negative stance against the constitution making process and considered the Kurdish issue as a mere Southeast issue and stated that he was wearing a headscarf as a political identity in the public sphere. In 2010, he was forced to resign as president due to the publication of a non-moral tape. In this study, it has been investigated how Baykal has adopted a political policy by comparing the party programs and regulations that have been prepared since the date of the presidency. The relationship of the tape with FETÖ was examined and the attitude of Baykal against this incident.

Keywords: Deniz Baykal, CHP, Kurdish Question, Conspiracy, Social Democracy

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa
KKTC'deki Velilerin Öğretmen Tercihlerinde Toplumsal Cinsiyetin Rolü -
477

Msc. Meliha Aslam ORKUN
meliha.83aslam@gmail.com

Ayşe BAYIRLI
fatosbyrbayirli@gmail.com

ÖZET

Biyolojik olarak cinsiyet; doğuştan gelen, kadın ve erkek arasındaki insanın doğası, yaratılış gereği sahip olduğu ayrı ayrı gösterdiğimiz farklılıklarımızı ifade eder. Toplumsal cinsiyet tanımı ise toplum tarafından kabul edilen kadın ve erkek rolleri hakkında toplumun kabul gördüğü, alışlagelmiş, toplum tarafından yüklenen beceri, rol, sorumluluk vb tümünü ifade eder. Toplumsal cinsiyet kadınlık ve erkeklik özelliklerini, rollerini yapılandırmıştır. Bu yapılandırma toplumda kadın ve erkelerin meslek seçimlerini de doğal yoldan etkilemektedir. Tarihsel süreçte toplumlar kadınları ev işleri ve çocuk bakımı ile ilişkilendirmiş kadınlara öğretmen, hemşire, aşçı, temizlik hizmetleri, sekreterlik tarzı anaçlık, öz bakım ve kadın olmanın yüklediği sorumluluklarla ilgili beceri gerektiren meslekleri; erkeklere ise polis, pilot, mühendis vb güç içeren mesleklere istihdamı uygun gördüğü gözlemlenmiştir. Bu toplumsal yapıdan doğduğumuz andan itibaren etkilenmekteyiz. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı KKTC'deki velilerin ilk öğretmen tercihlerinde toplumsal cinsiyet rolü açısından incelenmesidir. Bu amaçla velilerin çocuklarına öğretmen seçimlerinde öğretmenin cinsiyetinin ne kadar önemli olduğu ve bu konudaki veli algıları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte araştırmada ayrıca ilk öğretmen tercihlerinde etkili faktörlerin neler olduğu sorusuna da yanıt aranmaya çalışılmıştır.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılar 6 erkek (%50) ve 6 kadın (%50) 12 kişiden oluşmaktadır. Araştırmada uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonuçları belirtilirken katılımcıların isimlerine yer verilmemiş, katılımcıların verdikleri yanıtlar belirtilirken K1, K2 şeklinde sayılarla ifade edilen kodlama yöntemine gidilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Formda 5 maddeye yer verilmiştir. Araştırmada sorular oluşturulurken 1 Türk Dili uzmanından; 1 İlköğretim sınıf öğretmeninden ve 1 doktora derecesine sahip Rehberlik ve Psikolojik Danışmandan görüş alınmıştır. Veriler toplanırken katılımcılarla bireysel olarak yüz yüze görüşülmüştür. Her görüşme ortalama 15 dakika sürmüştür.

Araştırma bulgularına göre velilerin ilk öğretmen tercihinde cinsiyetin öğretmeni seçimini etkilememektedir. Toplum açısından cinsiyet farkını 1 katılımcı hariç 11 katılımcı önemsememiş, öğretmenle ilgili herhangi bir cinsiyet tercihinin gitmemişlerdir. Veliler çocuğunun 1. sınıf öğretmeninde kadın veya erkek tercihinin gitmemiştir. Öğretmen tercihinde önemli olan durumun öğretmenin çocukları ve mesleğini sevmesi ve mesleğinde başarılı olmasını belirtilmiştir. Bunun yanında katılımcılar öğretmenlerin teknolojiyi takip etmesine, çocuğu sahiplenmesine, çocuklar arasındaki tutumlarına, çocuklar arasında eşitliğe önem vermesine, öğretmenin iyi bir rol model olmasına, davranışlarının tutarlı olmasına, sevecenliğine, çocukların dilinden anlamasına, çocuklara okulu sevdirmesine önem verdiklerini ifade etmişlerdir. Sonuç olarak diyebiliriz ki teknolojik gelişmelerle sürekli değişen ve gelişen Dünya'mızda artık insanlar eğitim konusunda daha çok bilinçlenmiştir. Mesleklerde cinsiyetten çok, meslek bilgisi ve mesleki donanımına önem vermeye başlamışlardır. Bu farkındalık durumu olumlu bir gelişmedir. Bu durum öğretmenlik mesleğinde cinsiyet ayrıştırmasını ortadan kaldırmaya olumlu bir katkı sağlamıştır.

Anahtar Kelimler: Toplumsal cinsiyet, Öğretmen tercihi, Sınıf öğretmenliği,

The Role of Gender in Teacher Preferences of Parents in TRNC

ABSTRACT

Biologically gender; the nature of the human being between man and woman, which is innate, expresses our distinct differences in the necessity of creation. On the other hand, the definition of gender refers to all of the commonly accepted, community-loaded skills, roles, responsibilities, etc. about the roles of men and women accepted by society. Gender structured femininity and masculinity characteristics and roles. This restructuring also affects the professional choices of women and men in society. In the historical process, societies have associated women with household chores and child care, and their professions that require skills such as teachers, nurses,

cooks, cleaning services, secretarial-style maternity, self-care and responsibilities of being women; and men, police, pilot, engineer, etc. We are influenced by this social structure from the moment we were born. In this context, the aim of this study is to investigate the gender role of the first teacher preferences of the parents in the TRNC. For this purpose, it has been tried to reveal how important the gender of the teacher is in the selection of teachers to their children and their parents' perceptions. However, the study also sought to answer the question of what are the effective factors in the initial teacher preferences.

Phenomenology method, one of the qualitative research methods, was used in the study. The participants consisted of 12 men, 6 men (50%) and 6 women (50%). Appropriate sampling method was used in the study. While specifying the results of the research, the names of the participants were not included, while the responses of the participants were expressed as K1, K2. Semi-structured interview form developed by the researchers was used as data collection tool. There are 5 items in the form. In the research, 1 Turkish Language expert; 1 Elementary school teacher and 1 Doctoral degree Counseling and Psychological Counselor were consulted. The data were collected and interviewed individually. Each interview lasted an average of 15 minutes.

According to the findings of the study, gender does not affect teacher selection in the first teacher choice of the parents. In terms of the society, 11 participants did not care about the gender difference except for 1 participant and they did not make any gender preference about the teacher. Parents did not opt for male or female preference in their child's 1st grade teacher. It was stated that the situation that is important in teacher choice is that the teacher loves the children and profession and succeeds in the profession. In addition, the participants stated that they attached importance to teachers to follow the technology, to adopt the child, to give importance to equality among children, to be a good role model, to be consistent in their behaviors, to be kind to the children, to understand the language of children, to make children love school. As a result, we can say that in our constantly changing and developing world with technological developments, people have become more conscious about education. They have started to give importance to occupational knowledge and professional equipment rather than gender. This awareness is a positive development. This has made a positive contribution to the elimination of gender discrimination in the teaching profession.

Keywords: Gender, Teacher preference, Classroom teaching,

Investigation of The Relationship Between Organizational Cynism and Organizational Commitment – 473

Kerim KARADAL

Bahçeşehir University
kerimkaradal@gmail.com

Prof. Dr. Zeyyat SABUNCUOĞLU

Uludağ University
zeyyatsabuncuoglu@yahoo.com

Ahmet Cengiz UÇAR

Gebze Technical University
acucar@gmail.com

ABSTRACT

In today's working life, severity of competition is increasing progressively and there is competition fighting savagely. In order to overcome such situation, examining the behavior of human resources is important. The main aim of this study is to analyze the relationship between organizational cynicism and organizational commitment which is one of the current topic of the organizational behavior literature. Commitment, arises from suitability between person and organizational value. Employees's commitment to the organization is expected to continue in business. Organizational commitment is expressed in terms such as loyalty to the organization, devotion, dedication and participation. Commitment is the factor which has positive effects to the organization. Employees of the organizations which have a chance to grow have more commitment than others. On the other hand, cynicism prevents competence, does not allow to reflect skills, and can reduce the ability perceptions that affect commitment. Although cynicism is a way of life that rejects social institutions, it is a belief in personality feature, an attitude and selfishness related to human nature. Cynicism has more impact than employees's lack of commitment to organization. It is stated that, cynicism has a positive relationship with the low level leadership potential, extreme skepticism, high anxiety, introversion and abusive belief system. A cynical employee believes the organization has no honesty and integrity. Therefore, reducing cynicism in organizations in the effective management of human resources is important in terms of organizational identification and willingness to continue organizational employment. Purpose of the study is to analyze relationship between the phenomenon of organizational cynicism and organizational commitment. In this context, firstly, the literature related to organizational cynicism and organizational commitment is examined. In addition, data which is collected from 420 employee in an automotive supplier company in Bursa province is being analyzed. The findings which will be obtained from the ongoing study are of a quality to contribute to the literature and practitioners.

Keywords: Organizational Behaviour, Organizational Cynicism, Organizational Commitment

Örgütsel Sinizm İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

ÖZET

Günümüz çalışma hayatında rekabetin şiddeti gittikçe artmakta, kıran kırana rekabet yaşanmaktadır. Bunun üstesinden gelmek amacıyla insan kaynaklarının davranış boyutunun incelenmesi önem arz etmektedir. Örgütsel davranış literatüründe güncel konulardan biri olan örgütsel sinizm ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin analiz edilmesi, bu çalışmanın temel amacıdır.

Bağlılık, birey ve örgütsel değerler arasındaki uygunluktan kaynaklanır. İşletmelerde işgörenlerin örgüte bağlılıklarının sürdürülmesi beklenmektedir. Örgütsel bağlılık, örgüte duyulan sadakat, özveride bulunma, kendini adanma ve katılma gibi kavramlarla ifade edilmektedir. Bağlılık, örgüte pozitif etkileri olan bir faktördür. Büyüme fırsatı bulunan örgütlerin çalışanları, örgütlerine daha fazla bağlılık duymaktadırlar. Buna karşılık sinizm ise, yetkinliği engellemekte, becerileri yansıtmaya imkân sağlamamakta ve bağlılığı etkileyen yetenek algılarını azaltabilmektedir.

Sinizm, sosyal kurumları reddeden bir yaşam biçimi olmakla birlikte; bir kişilik özelliği, bir tutum ve insan doğasına ilişkin bencillığe dair bir inançtır. İşgörenin örgüte bağlılık eksikliğinden daha çok etkiye sahiptir. Sinizmin düşük liderlik potansiyeli, aşırı şüphecilik, yüksek endişe, içedönüklük ve istismarcı bir inanç sistemi ile pozitif bir ilişki içinde olduğu ifade edilmektedir. Sinik bir işgören, örgütün dürüstlük ve bütünlükten yoksun olduğuna inanmaktadır. Bu nedenle, insan kaynaklarının etkin bir şekilde yönetilmesinde örgütlerde sinizmin

azaltılması; işgörenin örgütle özdeşleşmesi ve örgüt üyeliğini sürdürme istekliliği bakımından da örgütsel bağlılığın artırılması önem taşımaktadır.

Çalışmanın amacı, örgütsel sinizm olgusu ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin analiz edilmesidir. Bu kapsamda öncelikle örgütsel sinizm ile örgütsel bağlılık kavramları ile ilgili literatür incelenmektedir. İlâveten Bursa İlinde bir otomotiv yan sanayi işletmesinde 420 işgörenden toplanan veriler, analiz edilmektedir. Analiz süreci devam etmekte olan çalışmadan elde edilen bulgular, literatüre ve uygulamacılara katkı sağlayacak nitelik taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Davranış, Örgütsel Sinizm, Örgütsel Bağlılık

İlk ve Acil Yardım Öğrencilerinin Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Durumları – 476

Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR

Gazi Üniversitesi
hsimsekbekir@gmail.com

Inst. Exp. İsmet ÇELEBİ

Gazi Üniversitesi
ismetcelebi17@hotmail.com

ÖZET

Üniversite öğrencilerinin çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma durumunun belirlenmesi amacıyla planlanan araştırmanın çalışma grubunu Gazi Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Yüksek Okulu İlk ve Acil Yardım Programı'nda öğrenim gören öğrenciler oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından oluşturulan Genel Bilgi Formu ve Aydın, Bekir ve Çiçek (2015) tarafından geliştirilip geçerlik ve güvenilirliği yapılan “Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek iki alt boyut (“Sözel-minör fiziksel şiddet” ve “Ağır fiziksel şiddet”) olup 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 3'lü likert derecelendirme (0= yaşanmadı, 1= bazen yaşandı, 2= yaşandı) ile değerlendirilmektedir. Verilerin analizi SPSS 21.0 programı ile yapılmış ve %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır. Analizlerde uygun testin seçilmesinde normallik analizi sonucuna göre karar verilecektir. Sonuç olarak, İlk ve Acil Yardım Programı öğrencilerin çocukluk çağında babanın anneye yönelik şiddetine tanıklık etme durumlarının belirlenerek meslek öncesi müdahalelerin geliştirilmesinin başarılı sonuçlar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite öğrencisi, İlk ve Acil Yardım çocukluk dönemi, Anneye yönelik şiddet, Şiddete tanık olma

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa
**KKTC’deki Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü Mezunlarının
“İlköğretimde Ödev” Kavramına İlişkin Metaforik Algıları – 478**

Msc. Meliha Aslam ORKUN
meliha.83aslam@gmail.com

Ayşe BAYIRLI
fatosbyrbayirli@gmail.com

ÖZET

Günümüzde teknolojinin hızla değişmesi, eğitim alanında görülen değişme ve yenileşme öğretme ve öğrenme sürecinde her geçen gün daha da önemli duruma gelmiştir. Öğretme yöntemlerinin ve teknolojik aletlerin hızla gelişmesi ile kitap, defter, kalem ve tahtaya bağlı öğrenme ortamında eğitimde yenilikler olmakta ve bu yenilikler her geçen gün hızla sürmektedir. Günümüzde öğrencilerin kendilerini yönlendirecek, ilgi ve yeteneklerini keşfetmelerine yardımcı olacak alanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Okullarda Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Hizmetlerinin görüşlerine daha fazla önem verilmesi ile ödev konusu yeni bir boyut almıştır. PDR bölümünün bu alandaki önemi açıkça ortaya çıkmıştır. Her ne kadar eğitim teknolojileri değişse de ödev her zaman öğrenme ortamının bir parçası olmuştur. Ödev konusunda çocuğun gelişim ve yaş özellikleri dikkate alınarak en fazla görüş alınan kesim eğitimin temel yapı taşlarından bir olan öğrencilerin yaş gruplarına göre özelliklerini ve duygusal zekalarını iyi şekilde ifade eden, “Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Hizmetleridir.” Çalışma grubunu ülkemizdeki çeşitli üniversitelerden mezun olan 20 Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık mezunu oluşturmaktadır. Bu amaçla araştırmada Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümü mezunlarının ödev kavramına ilişkin metaforik algılarını ortaya çıkarmak hedeflenmiştir.

Araştırmada nitel çalışma yöntemlerinde olan metafor analiz yöntemi esas alınarak çalışma yapılandırılmıştır. Bu katılımcıların dağılımı 10 kadın (% 50) ve 10 erkek (%50) şeklindedir. Araştırmada uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılar gönüllülük esasına göre seçilmiştir. Araştırma sonuçları belirtilirken katılımcıların isim soy isim gibi bilgilerine yer verilmemiştir. Bunun yerine katılımcıların verdikleri yanıtlar belirtilirken K1, K2, K3 şeklinde sayılarla ifade edilirken kodlama yöntemine gidilmiştir. Veriler metaforlar aracılığı ile toplanmıştır. Araştırma yönteminde veriler elde edilirken açık uçlu sorulardan oluşan boşluk doldurma formu kullanılmıştır. Katılımcıların “ödev” kavramına ilişkin algılarını belirlemek amacıyla “İlköğretimde ödev gibidir çünkü”ifadesinin yer aldığı yarı yapılandırılmış boşluk doldurma formu kullanılmıştır. Katılımcılardan bu ifadeyi tamamlamaları istenmiştir. Katılımcılara soruları yanıtlamak için 15 dakikalık süre tanınmıştır. Araştırmada elde edilen veriler betimsel veri analizi tekniği ile incelenmiştir.

Araştırma bulgularına göre araştırmaya katılan PDR mezunlarından çeşitli metaforlar ve açıklamaları alınmıştır. Bu metaforlar frekans büyüklüğüne sıralamaya çalışılmıştır. Bu araştırma bulgularına göre ödev kavramı ile ilgili vazife, gereksizlik, ilaç, elbise, yemeğin tuzu, ateş, diken, ikincil öğrenme, anlamsızlık, gereksizlik, vb metaforlar elde edilmiştir. Katılımcılardan 20 tane metafor elde edilmiştir. Katılımcılardan elde edilen metaforların temaları incelendiğinde bu metaforları duygusal ve akademik etki olarak iki kategoriye ayırabiliriz. Katılımcılardan alınan metafor sonuçlarına göre duygusal etki olarak olumlu (4) ve olumsuz duygular (11) başlığında iki kategori karşımıza çıkmaktadır. Ödevle ilgili olumlu duygu sorumluluk (4) ; olumsuz duygular ise mutsuzluk, zorunluluk, baskı, stres, üzüntü, telaş vb algılanmıştır. Ödevin akademik gelişim (5) için etkisini incelediğimizde ise pekiştirme, kalıcılık, tekrar, öğrenme alt temalarını görmekteyiz.

“Ödev” konusunda algıda olumsuz duygusal yönün ağır basmasının nedeni ödevin öğrenciler üzerinde psikolojik yönden baskı olarak görülme olduğu söylenebilir. Bu yaş grubu çocuklara ödev verilirken kısa süreli, yaş düzeylerine uygun, eğlenceli oyunlarla pekiştirmelerin yapılması tavsiye edilebilir.

Anahtar Sözcükler: PDR mezunu, ödev, ilköğretim, metafor, öğrenci.

Metaphoric Perceptions of the Graduates of the Department of Guidance and Psychological Counseling in the Turkish Republic of Northern Cyprus Regarding the Concept of Ödev Homework in Primary Education ”

ABSTRACT

Nowadays, the rapid change in technology, the change and innovation seen in the field of education have become more and more important in teaching and learning process. With the rapid development of teaching methods and technological tools, there are innovations in education in the learning environment connected to books, notebooks, pencils and blackboards and these innovations continue rapidly every day. Nowadays, there is a need for areas to guide students and help them explore their interests and abilities. The issue of homework has taken on a new dimension by giving more importance to the views of Guidance and Psychological Counseling Services in schools. The importance of the PDR section in this area has become clear. Although educational technologies have changed, homework has always been part of the learning environment. Taking into consideration the developmental and age characteristics of the child about homework, it is the kesim Guidance and Psychological Counseling Services eden which expresses the characteristics and emotional intelligence of the students who are one of the basic building blocks of education, according to the age groups. and Psychological Counseling. In this study, it is aimed to reveal the metaphoric perceptions of the graduates of Guidance and Psychological Counseling Department about the concept of homework.

The study was structured based on the metaphor analysis which is one of the qualitative study methods. The distribution of these participants was 10 females (50%) and 10 males (50%). Appropriate sampling method was used in the study. Participants were selected on a voluntary basis. The information of the participants such as name and surname was not included in the study results. Instead, the responses of the participants were expressed as K1, K2, K3 and the coding method was used. Data were collected through metaphors. In the research method, the gap filling form consisting of open-ended questions was used. In order to determine the participants' perceptions about the concept of “homework ir, it is like ödev homework in primary education çünkü because the semi-structured gap filling form with” was used. Participants were asked to complete this statement. The participants were given 15 minutes to answer the questions. The data obtained from the study were examined with descriptive data analysis technique.

According to the research findings, various metaphors and explanations were obtained from PDR graduates who participated in the study. These metaphors have been tried to sort by frequency magnitude. According to the findings of this research, metaphors such as task, needlessness, medicine, dress, salt of food, fever, thorn, secondary learning, meaninglessness, needlessness, etc. were obtained. Twenty metaphors were obtained from the participants. When the themes of the metaphors obtained from the participants are examined, we can divide these metaphors into two categories as emotional and academic impact. According to the metaphor results obtained from the participants, there are two categories as positive (4) and negative (11) emotional effects. Positive emotion and responsibility (4); unhappiness, necessity, pressure, stress, sadness, anxiety etc. were perceived. When we examine the effect of the assignment for academic development (5), we see the sub-themes of reinforcement, permanence, repetition and learning.

It can be said that the reason for the negative emotional aspect of perception about “homework ağır is that the homework is seen as psychological pressure on the students. While assigning homework to children of this age group, it may be advisable to make reinforcements with short-term, age-appropriate, fun games.

Keywords: PDR graduate, homework, elementary school, metaphor, student.

Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdama Etkisi: Gelişmiş Ve Gelişmekte Olan Ülkeler Karşılaştırması – 473

Asst. Prof. Dr. Mehmet ALTUNTAŞ
Nişantaşı University

Res. Assist. Barış Erkan YAZICI
Nişantaşı University

ÖZET

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları (FDI), bir yandan piyasalardaki rekabet koşullarını değiştirerek piyasa yapıları üzerinde etkiler meydana getirirken bir yandan da ödemeler dengesi, istihdam, ekonomik büyüme, bütçe ve enflasyon gibi makroekonomik büyüklükleri etkilemektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde işsizliğin artması, birçok ekonomik ve sosyal sorunu beraberinde getirmiş, ekonomi yönetimleri de işsizliği azaltıcı arayışlara yönelmiştir. Bu ülkelerde yurt içi kaynakların yetersiz olması, yabancı kaynaklara olan ilgiyi artırmış ve borç oluşturmamayan doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının önemi gün geçtikçe artış göstermiştir. Gelişmiş ülkelere kıyasla gelişmekte olan ülkelerde emeğin daha düşük maliyetle istihdam edilebilmesi ve lojistik iş süreçlerinin gelişme göstermesine bağlı olarak transplant üretim tekniğinin önem kazanması, uluslararası doğrudan yabancı yatırımlarının artış göstermesini sağlamıştır. Dolayısıyla reel sektör eksenli uluslararası sermaye hareketleri, ilgili ekonomilerdeki istihdamı önemli ölçüde etkilemiştir. Bu çerçevede çalışmanın amacı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için FDI değişkeninin istihdam oranı (EMP) üzerindeki etkilerini panel eşbütünleşme analizi ile incelemek ve ülke gruplarını karşılaştırmaktır. Analiz sonucunda gelişmiş ülke grubunda FDI değişkeninin EMP değişkeninde 0.165 birim, gelişmekte olan ülke grubunda ise 0.179 birim artışa yol açtığı belirlenmiştir. Ayrıca, her iki ülke grubu için FDI değişkeninin EMP değişkeninin Granger nedeni olduğu, buna karşılık EMP'nin FDI değişkeninin Granger nedeni olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan yabancı yatırımlar, işsizlik, panel eşbütünleşme

ABSTRACT

Foreign direct investment (FDI) has an impact on market structures by changing the competition conditions in the markets, while also affecting macroeconomic aggregates such as balance of payments, employment, economic growth, budget and inflation. Increasing unemployment, especially in developing countries, has brought with it many economic and social problems, and economic administrations have started to seek unemployment reduction. The insufficiency of domestic resources in these countries increased the interest in foreign resources and the importance of direct foreign capital investments that do not generate debt has increased day by day. Compared to developed countries, the lower cost of labor in developing countries and the importance of the transplant production technique due to the development of logistic business processes led to an increase in international direct foreign investments. Therefore, international capital movements based on real sector have affected employment in related economies. The aim of this study is to investigate the effects of FDI variable on employment rate (EMP) for developed and developing countries through panel cointegration analysis and compare country groups. As a result of the analysis, it was determined that FDI variable in the developed country group increased by 0.165 units in the EMP variable and 0.179 units in the developing country group. In addition, it was observed that the FDI variable was the Granger cause of the EMP variable for both country groups, whereas the FDI variable of the EMP was not the Granger cause of the EMP variable.

Keywords: Foreign direct investment, unemployment, panel cointegration

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa
Türk Mutfağının Uluslararasılaşma Sorunlarına İlişkin Nitel Bir Araştırma
– 470

Res. Assist. Başak ÖZYURT

Havva ÇIVGIN

Prof. Dr. Muharrem TUNA

Türkiye'nin her ilinde yaklaşık 100'e yakın yöresel yemek bulunmasına ve bu yemeklerin ülkeye gelen turistler tarafından oldukça fazla beğenilmesine rağmen ülkemizin mutfağı uluslararası pazarlarda kendine yeterince yer bulamamıştır. Mutfanın uluslararasılaşması, ülke ekonomilerine ciddi katkılar sağlaması bakımından önemlidir. Bu nedenle Türk Mutfağının uluslararasılaşmasının önündeki engellerin kaldırılması ve üretim yöntemleri, tanıtım, girişimcilik gibi konularda ihtiyaç duyulan uygulamaların hayata geçirilmesi gereklidir. Bu düşünceden hareketle, bu çalışmada Türk mutfağının uluslararasılaşmasına katkı sağlayacak bulguların elde edilmesine yönelik nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veriler, Türk mutfağı alanında farklı uzmanlıklara sahip katılımcılarla yüz yüze veya telefon görüşmesi yapılarak elde edilmiş, bu veriler tablolastırılmış ve bulgular yorumlanmıştır. Çalışmada Türk Mutfağının uluslararasılaşma sorunun kaynağı konusunda Türk yemekleri envanteri ve standardı konusunda eksikliklerin bulunduğu, tanıtımın yetersizliği ve girişimciliğe yönelik desteklerin bulunmadığı görüşleri temel sonuçlar olarak ortaya çıkmıştır.

A Qualitative Research On Internationalization Problems of Turkish Cuisine

Although this meal and pretty much admired by tourists from our country in international market and Turkey's regional dishes have close to about 100 in every province of the country, The cuisine of our country could not find enough place in international markets. The internationalization of the kitchen is important in terms of making significant contributions to the national economies. For this reason, the obstacles to the internationalization of Turkish cuisine should be removed and the necessary applications such as production methods, promotion and entrepreneurship should be implemented. In this study, a qualitative research has been carried out to obtain the findings that will contribute to the internationalization of Turkish cuisine. The data in this study were obtained by face-to-face or telephone interviews with participants with different specialties in the field of Turkish cuisine, these data were tabulated and the findings were interpreted. In this study, there are deficiencies in Turkish cuisine inventory and standard about the source of the internationalization problem, inadequacy of promotion and lack of support for entrepreneurship.

Keywords: Foreign direct investment, unemployment, panel cointegration

A Qualitative Study on the Problem of Agency Theory of Family Businesses – 474

Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Selçuk University
ahmeterdem@selcuk.edu.tr

ABSTRACT

Nowadays, the management and ownership functions of modern businesses need to be separated from each other. Developing technology and communication opportunities have made it difficult to manage organizations and to carry out bureaucratic procedures, and they have pushed the owners of the organizations to new searches in terms of management. At this point, business owners have entered into a more objective management desire by transferring their management powers to professional managers. The separation made at the management point causes problems in terms of management and ownership. These problems cause negative problems in terms of the sustainability of organizations. According to agency theory, mutual interaction is made by considering the interests of both sides. The aim is to protect the interests of both sides. The existence of two individuals is required for the establishment of an agency relationship. The first of these is the deputy. Chooses one of the actions and applies it. The important thing here is; The attorney's choice of behavior or disposition affects both his interest and the interest of the other side of the relationship, the "delegate." The authorizer is the person who determines the factors related to the payments. Business owners or capitalists indicate to the managers they have appointed the issues they are responsible for, put forward the goals to be achieved, and determine the return they will receive for the task they will fulfill. The authorizing party; Before applying the attorney's behavior, it determines in advance the amount that the agent will pay according to the situation resulting from his activities. Within the research scope, the agency's focus is the step taken by organizations to solve these management problems they have experienced within the agency theory's scope. In this framework, interviews were made with 10 large-scale business managers and owners operating in Konya by asking questions within the scope of the power of attorney theory. Findings were obtained by analyzing the obtained data through the MAXQDA program. As a result of the research, it was determined that the relations between the managers and business owners are based on mutual trust. The organization's operation becomes easier with a power of attorney, and the organizations work more efficiently with an agency. Besides, it has been determined that family business managers' management is not wanted to be transferred to a professional manager because the family members are composed of family members. However, it is inevitable to transfer the management to a professional manager, in other words, to give a power of attorney. However, in some cases, it was stated by the participants that giving power of attorney also causes problems in the organization. As a result of the research, it has been concluded that mutual trust should be established between the person giving power of attorney and the person receiving power of attorney, and it is necessary to reduce conflict of interest. Also, the necessity of reducing the responses of family member managers by explaining the transfer of family business managers to professional managers in an appropriate environment can be given within the scope of the recommendations.

Keywords: Agency Theory, Family Business, Qualitative Research

Demographic Characteristics and Emotional Exhaustion – 475

Inst. Kayhan KARAKAYA

Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Girişimcilik Yöneliminde Güncel Yaklaşımlar – 432

Assoc. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN

Niğde Ömerhalisdemir University

iyalcin@ohu.edu.tr

**Finansal Performansın Vikor Yöntemi ile Değerlendirilmesi: BIST Holding
ve Yatırım Endeksinde Yer Alan Şirketler Üzerine Bir Uygulama – 464**

Assoc. Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU

Inst. Nihan CABA

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

**Hisse Senedi Seçiminde Etkili Olan Faktörlerin Topsis Yöntemi ile
İncelenmesi: BIST 50 Örneği – 465**

Assoc. Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU

Inst. Nihan CABA

EMI congress

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

