



COMMUNICATION ECONOMICS ORGANIZATION

December 18 - 20, 2020

GORAJDE / BOSNIA HERZEGOVINA

ABSTRACT BOOK

Editors

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Naci EFE

Assoc. Prof. Dr. A. Mohammed ABUBAKAR

Kerim KARADAL, PhD. Candidate

ISBN 978-605-06656-3-5



www.ceocongress.org



International CEO

(Communication, Economics, Organization)

Social Sciences Congress

ABSTRACT E-BOOK

18-19 December 2020

CEOSSC 2020 Bosnia Herzegovina / Gorajde

Editors:

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Naci EFE

Assoc. Prof. Dr. A. Mohammed ABUBAKAR

Kerim KARADAL, PhD. Candidate

Published by: Dilkur Akademi

Publishing Date: 24.12.2020

ISBN: 978 – 605 – 06656 – 3 – 5

International CEO

(Communication, Economics, Organization)

Social Sciences Congress

We are delighted to introduce **International Gorazde University, International Vision University, Bolu Abant İzzet Baysal University, İstanbul Nişantaşı University, CEO TEKMER and Dilkur Academy** served as the vehicle of dissemination for a showpiece of articles at the **International CEO (Communication, Economics, Organization) Social Sciences Congress (CEO SSC 2020, Gorazde)** that was held online on December 18–19, 2020. CEO Congress aims to provide a platform for discussing the issues, challenges, opportunities and findings of **Communication, Economics, Organization and Social Science** research. The organizing committee with feedback from the division chairs and the members of the **scientific committee** foresaw an opportunity and research gap in the conference theme, that pitches for pressing issues in the business world.

Presentations are in **Turkish & English**. With the participation and contributions of academics from **29 countries: Afghanistan, Argentina, Albania, Azerbaijan, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Indonesia, Morocco, Philippines, Georgia, India, Italy, Japan, Kazakhstan, Turkish Republic of Northern Cyprus, Kyrgyzstan, Colombia, Kosovo, Macedonia, Nigeria, Uzbekistan, Pakistan, Poland, Serbia, Saudi Arabia, Chile, Turkey, UK, New Zeland**. It is a great privilege for us to present the proceedings of CEO SSC 2020 to the authors and delegates of the conference.

Several manuscripts from prestigious institutions could not be accepted due to the reviewing outcomes and our capacity constraints. Participation from **143 different institutions or Universities**. The 2 days long conference gathered close to **248 national and international attendees** to enliven a constellation of contributions. Keynote lectures by renowned colleagues (Prof.Dr.Necmettin ATŞÜ, Prof.Dr.Fadıl HOCA, Prof.Dr.Nihat ALAYOĞLU, Prof.Dr.Şevki ÖZGENER, Prof.Dr.Remzi ALTUNIŞIK, Prof.Dr.Hernán E. Gil FORLEO, Assoc.Prof.Dr. Veclal GÜNDÜZ, Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY, Assoc.Prof.Dr.Elira TURDUBAEVA, Dr.Siham EL-KAFAFİ, Assoc.Prof.Dr.A. Mohammed ABUBAKAR, Gökhan ERZURUMLUOĞLU, Edina BRUTUS), 12 awards were issued to distinguished papers, and a total of **163 oral presentations**.

On the day of completion of this journey, we are delighted with **a high level of satisfaction and aspiration**. It is important to offer our sincere thanks and gratitude to a range of organizations and individuals, without whom this year's conference would not take place. 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.

Uluslararası CEO (İletişim, Ekonomi, Organizasyon) Sosyal Bilimler Kongresi

Bosna Hersek'ten **Uluslararası Gorazde Üniversitesi**, Kuzey Makedonya'dan **Uluslararası Vizyon Üniversitesi** ile **Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi**, **İstanbul Nişantaşı Üniversitesi**, **CEO TEKMER** ve **Dilkur Akademi** işbirliği ile 18-19 Aralık 2020 tarihlerinde gerçekleşmiştir. Kongremizde *Afganistan, Arjantin, Arnavutluk, Azerbaycan, Bosna Hersek, Bulgaristan, Endonezya, Fas, Filipinler, Gürcistan, Hindistan, İtalya, Japonya, Kazakistan, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Kırgızistan, Kolombiya, Kosova, Makedonya, Nijerya, Özbekistan, Pakistan, Polonya, Sırbistan, Suudi Arabistan, Şili, Türkiye, İngiltere, Yeni Zelanda* gibi **29 ülkeden ve 143 kurum/üniversiteden 248 akademisyen** tarafından hazırlanan **163 bildiri** sunulmuştur.

Kongremize 206 bildiri özeti gönderilmiş, editör ve hakem süreçlerinden sonra bunlardan 168 tanesi sözlü sunuma kabul edilmiş, ancak **26 oturumda 163 bildirinin sunumu** gerçekleşmiştir. Sunulan bildirimler, 978 – 605 – 06656 – 3 – 5 ISBN'li bu e kitapta yayımlanmaktadır. Belirtilen tarihe kadar **kongre sitesine yüklenen tam metin bildirimler** ise, **yazarın tercihinine, editör ve hakemlerin değerlendirmelerine göre** tam metin bildiri kitabında **bildiri** olarak, edit kitapta **kitap bölümü** olarak veya web sitesinde belirtilen dergilerde **makale** olarak yayımlanma fırsatına sahiptir. Yazar, tercihleri ile ilgili çalışmasının tam metnini ceocongress.info@gmail.com adresine mutlaka gönderilmelidir.

Açılışından kapanışa kadar kongreyi koordine eden Doç.Dr.**Mohammed ABUBAKAR**'a teşekkür eder, *dünyanın en etkili bilim insanları listesinde* yer almasından dolayı tebrik ederiz. Türkiye'den ve KKTC'den sosyal bilimler alanında listeye giren 7 bilim insanından biri olduğunu öğrenmekten ziyadesiyle mutluyuz.

Kongre kapsamında moderatörlüğü'nü **Prof.Dr.Şevki ÖZGENER** hocamızın yaptığı *Bilimsel Araştırma Yöntemleri Çalıştayı* düzenlenmiştir. "*Ölçek Geliştirme*" konulu sunumları için Sakarya Üniversitesi'nden **Prof.Dr.Remzi ALTUNIŞIK**, "*SmartPLS Veri Analiz Programı*" konulu sunumları için Antalya Bilim Üniversitesi'nden **Doç.Dr. Mohammed ABUBAKAR** ve "*Akademik çalışma yazım teknikleri*" başlıklı İstanbul Nişantaşı Üniversitesi'nden **Dr.Gözde MERT** hocamıza teşekkür ederiz. Tekrar yararlanmak istendiği durumlarda bu sunumlar kongrenin sosyal medya hesaplarında yayımlanmıştır.

İstiklal Marşı ile başlayan kongrede açılış konuşmaları yapan Kongre Başkanı **Doç.Dr. M.Naci EFE**, Zoom'un Türkiye yöneticilerinden **Gökhan ERZURUMLUOĞLU**, İstanbul Ticaret Odası (İTO) Genel Sekreteri **Prof. Dr. Nihat ALAYOĞLU**, Makedonya Halk Bank Genel Müdürü **Dr.Bilal SUCUBAŞI**, Makedonya Uluslararası Vizyon Üniversitesi Rektörü **Prof.Dr.Fadıl HOCA**, İstanbul Kent Üniversitesi Rektörü **Prof.Dr.Necmettin ATSÜ** ve Aksaray Belediye Başkanı **Evren DİNÇER**'e teşekkür ederiz.

Kongrenin bilim insanlarına, kamu ve özel sektör ile STK'ların yönetiminin etkinliğine katkı bulunmasını temenni eder, bildirimleriyle katkıda bulunan akademisyenler ile düzenleme kurulu, danışma kurulu, bilim ve hakem kurulundaki meslektaşlarıma ziyadesiyle teşekkür ederim.

Prof. Dr. Himmet KARADAL

A Special Thanks To...

Below is a list of individuals who have supported CEO Congress 2020 Gorajde by donating some of their time. It is these people who make our work possible and have been a great help. We would like to say a special THANK YOU for all those listed below.

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

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

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

Prof.Dr.Necmettin ATSÜ, Rector, İstanbul Kent University

Prof. Dr. Nihat ALAYOĞLU, General Secretary, Istanbul Chamber of Commerce

Prof. Dr. Ünal AY, Rector, Çağ University

Dr.Akhmetov Berik Bakhytzhovich, Rector, Yessenov University, Kazakhstan

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

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

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

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Dean of Business Faculty, Balıkesir University

Prof. Dr. Mustafa TÜMER, Eastern Mediterranean University, TRNC

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Hacı Bektaş Veli University

Prof.Dr.Remzi ALTUNIŞIK, Sakarya University

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

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

Edina BRUTUS, Founder, International University of Gorazde, Bosnia Herzegovina

Dr.Bilal SUCUBAŞI, Makedonia Halk Bank General Manager, N.Makedonia

Assoc. Prof. Dr. Mohammed ABUBAKAR, Antalya Science University

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Naci EFE, CEO TEKMER

Assoc. Prof. Dr.M.Halit YILDIRIM, Aksaray University

Dr.Gözde MERT, İstanbul Nişantaşı University

Dr.Leyla İÇERLİ, Aksaray University

Dr.M. Kürşat TÜRKER

PhD. Candidate **Kerim KARADAL**, Uludağ University

PhD. Candidate **İlhan ALYAY**, Uludağ University

PhD. Candidate **Evren DİNÇER**, Mayor of AKSARAY

Gökhan ERZURUMLUOĞLU, Regional Sales Manager, Zoom Rahi Systems

Assoc. Prof. Dr.Muhammet SAYGIN, Mersin University

Assoc. Prof. Dr.Fahri ÖZSUNGUR, Adana Chamber of Commerce

Dr.Ahmet Tuncay ERDEM, Bolu Abant İzzet Baysal University

Dr.Yasemin GÜLBAHAR, Ministry of Family, Labour and Social Services

PhD. Candidate **Ethem MERDAN**, Aksaray University

PhD. Candidate **Neslihan DUMAN**, Aksaray University

Congress participants' institutions	
1.	Abbott Diagnostics
2.	Academy of Public Administration under the President of the Republic of Azerbaijan
3.	Adana Alparslan Turkes Science and Technology University
4.	Adiyaman University
5.	Ahi Evran University
6.	Ahmadu Bello University Zaria
7.	Aksaray University
8.	Aligarh Muslim University
9.	American University of Central Asia
10.	Anadolu University
11.	Ankara Hacı Bayram Veli University
12.	Ankara University
13.	Ankara Yıldırım Beyazıt University
14.	Arrows Research Consultancy Limited (ARCL)
15.	Assam Kaziranga University
16.	AWG Consultancy
17.	Aydın Adnan Menderes University
18.	Azerbaijan National Academy of Sciences
19.	Azerbaijan Tourism and Management University
20.	Bahcesehir Cyprus University
21.	Baku State University
22.	Bakü Slavyan University
23.	Balıkesir University
24.	Bandırma Onyedi Eylül University
25.	Beykent University
26.	Beykoz University
27.	Bingöl University
28.	Bitlis Eren University
29.	Bolu Abant İzzet Baysal University
30.	Borsa İstanbul
31.	Buenos Aires' University
32.	Burdur Mehmet Akif Ersoy University
33.	Central bank of the Turkish Republic
34.	CEO Tekmer
35.	Coventry University, England
36.	Cyprus International University
37.	Cyprus West University
38.	Çanakkale Onsekiz Mart University
39.	Dilkur Publishing
40.	Dokuz Eylül University
41.	Eastern Mediterranean University
42.	Ege University
43.	Ekol Group
44.	Erzincan Binali Yıldırım University
45.	Eskisehir Technical University
46.	Eskişehir Osmangazi University
47.	Gelişim University
48.	Georgian Technical University
49.	Gümüşhane University
50.	Hacettepe University

51.	Haliç University
52.	Halkbank A.D. Skopje
53.	Harran University
54.	Hitit University
55.	India Presidency University
56.	International Black Sea University
57.	International Gorazde University
58.	International Science and Education Center
59.	International TRAVNIK University
60.	International Vision University
61.	Isparta Applied Sciences University
62.	Istanbul Commerce University
63.	Işık University
64.	İstanbul Aydın University
65.	İstanbul Bilgi University
66.	İstanbul Kültür University
67.	İstanbul Medeniyet University
68.	İstanbul Medipol University
69.	İstanbul Rumeli University
70.	İstanbul University
71.	İstanbul University - Cerrahpaşa
72.	İstinye University
73.	Kabul University
74.	Kocaeli University
75.	Kafkas University
76.	Karamanoğlu Mehmetbey University
77.	Kayseri University
78.	Kırgızistan-Türkiye Manas University
79.	Kırıkkale University
80.	King Abdulaziz University
81.	Korkut Ata University
82.	KTO Karatay University
83.	Kütahya Dumlupınar University
84.	Lahore College for Women University
85.	Liverpool John Moores University
86.	Maltepe University
87.	Marmara University
88.	Maryam Abacha American University of Niger Republic
89.	Mersin University
90.	Muhammed VI Polytechnic University
91.	Munzur University
92.	Muş Alparslan University
93.	National Defense University
94.	National University of Colombia
95.	National University of Uzbekistan
96.	Necmettin Erbakan University
97.	Nişantaşı University
98.	Okan University
99.	Osmaniye Korkut Ata University
100.	Piri Reis University
101.	Private University of Marrakech
102.	Prizren University
103.	PSGR Krishnammal College for Women

104.	Recep Tayyip Erdoğan University
105.	Sakarya University
106.	Sekolah Bisnis dan Manajemen, Insitut Teknologi Bandung,
107.	Sekolah Tinggi Manajemen IPMI
108.	Selçuk University
109.	Sidi Mohamed Ben Abdellah University
110.	Sivas Cumhuriyet University
111.	Sophia University
112.	State Administration Academy under the President of Azerbaijan
113.	Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
114.	T.C. İstanbul Arel University
115.	T.R. Ministry of Health
116.	Tata Institute of Social Science
117.	Technical Vocational School Nikola Ionkov Vaptsarov
118.	The University of Poonch Rawalakot
119.	Tirana Bussiness University College
120.	TRNC Ministry of Education
121.	Turkey Ministry of National Education
122.	Turkey Real Estate Participation Bank
123.	Uludağ University
124.	Universidad Del Desarrollo
125.	University “Ukshin Hoti” Prizren
126.	University of “Fehmi Agani”, Gjakova
127.	University of Cambridge
128.	University of Commerce and Services in Poznan
129.	University of Foggia
130.	University of Kashmir
131.	University of New Brunswick Saint John
132.	University of Nis, SERBIA
133.	University of Ruse
134.	University of Sindh, Jamshoro
135.	University of Suffolk
136.	University of the East Caloocan
137.	University of the West Scotland
138.	Yaşar University
139.	Yessenov University
140.	Yildiz Technical University
141.	International Vizyon University
142.	TRNC Police Organization
143.	International Travnik University

ADVISORY BOARD

Prof.Dr. Mensur NUREDİN, Vice Rector, Vision University, Macedonia
Prof.Dr. Samettin GÜNDÜZ, Vice Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University, Turkey
Assoc. Prof.Dr. Ermek NURMAGANMET, Vice Rector, Yessenov University, Kazakhstan
Assoc. Prof.Dr. Soner YILDIRIM, Vice Rector, University of Prizren, Kosovo
Assoc. Prof. Dr. Shemsi MORINA, Vice Rector, University of Prizren, Kosovo
Prof. Dr.Mazlum ÇELİK, Dean of Business Faculty, Hasan Kalyoncu University
Prof. Dr.Serap İNCAZ, Kırklareli University
Prof.Dr.Abdullah KIRAN, Dean of Business Faculty, Muş Alparslan University
Prof.Dr.Ahmet DİKEN, Dean of Faculty of Applied Sciences, Necmettin Erbakan University
Prof.Dr.Ahmet ERGÜLEN, Dean of Business Faculty, Balıkesir University
Prof.Dr.Asım SALDAMLI, Dean of Tourism Faculty, Bolu Abant İzzet Baysal University
Prof.Dr.Birol MERCAN, Dean of Faculty of Political Sciences, Necmettin Erbakan University
Prof.Dr.Fatma NUR İPLİK, Dean, Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University
Prof.Dr.Gökhan ÖZER, Dean of Business Faculty, Gebze Technical University
Prof.Dr.Hakan AYDIN, Dean of Communization Faculty, Erciyes University
Prof.Dr Hakan Vahit ERKUTLU, Dean of Faculty of Health Scinces, NEVU
Prof.Dr.Harun ŞEŞEN, Dean of Business Faculty, European University of Lefke TRNC
Prof.Dr.Hasan KILIÇ, Dean of Tourism Faculty, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr.Kenan PEKER, Dean of Business Faculty, Fırat University
Prof.Dr.Muhsin HALİS, Dean of Communization Faculty, Bolu Abant İzzet Baysal University
Prof.Dr.Mustafa PAKSOY, Dean of Islahiye Business Faculty, Gaziantep University
Prof.Dr.Mustafa TAŞLIYAN, Dean of Business Faculty, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr.Nejat BASIM, Dean of Business Faculty, Başkent University
Prof.Dr.Ramazan ERDEM, Dean of Communization Faculty, Süleyman Demirel University
Prof.Dr.Şule AYDIN, Dean of Tourism Faculty, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Prof.Dr.Uğur YOZGAT, Dean of Business Faculty, İstanbul Nişantaşı University
Prof.Dr.Yavuz DEMİREL, Dean of Business Faculty, Kastamonu University

Prof.Dr.Ayşen WOLFF, Giresun University
Prof.Dr.Azmi YALÇIN, Çukurova University
Prof.Dr.Berrin FİLİZÖZ, Sivas Cumhuriyet University
Prof.Dr.Bülent GÜLÇUBUK, Ankara University
Prof.Dr.Bülent KARA, Niğde Ömer Halisdemir University
Prof.Dr.Cemile ÇELİK, Mersin University
Prof.Dr.Cihan COBANOGLU, University of South Florida Sarasota-Manatee, USA
Prof.Dr.Çiğdem KIREL, Anadolu University
Prof.Dr.Deniz BÖRÜ, Marmara University
Prof.Dr.Duygu KIZILDAĞ, İzmir Demokrasi University
Prof.Dr.Emin CİVİ, University of New Brunswick, Canada
Prof.Dr.Enver AYDOĞAN, Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof.Dr.Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando, USA
Prof.Dr.Figen AKÇA, Uludağ University
Prof.Dr.Göksel ATAMAN, Marmara University
Prof.Dr.Gülten GÜMÜŞTEKİN, Çanakkale Onsekiz Mart University
Prof.Dr.Halim KAZAN, İstanbul University
Prof.Dr.Hüseyin ARASLI, University of Stavanger, Norway
Prof.Dr.Orhan ÇOBAN, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr.Orhan ELMACI, Kütahya Dumlupınar University
Prof.Dr.Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr.Oya İNCİ BOLAT, Balıkesir University
Prof.Dr.Rahmi YÜCEL, Bolu Abant İzzet Baysal University

Prof.Dr.Recep YÜCEL, Kırıkkale University
Prof.Dr.Said KINGİR, Sakarya University
Prof.Dr.Salih OKUMUŞ, University of Prishtina, Kosovo
Prof.Dr.Sima NART, Sakarya University
Prof.Dr.Şevki ÖZGENER, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Prof.Dr.Tahir AKGEMCİ, Selçuk University
Prof.Dr.Yılmaz GÖKŞEN, Dokuz Eylül University
Prof.Dr.Harun DEMİRKAYA, Kocaeli University
Prof.Dr.Ali AKDEMİR, İstanbul Arel University

ORGANIZING COMMITTEE

Honorary Presidents of the Congress

Prof.Dr. Mustafa ALİŞARLI, Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University
Prof.Dr. Sedat MURAT, Rector, Çanakkale Onsekiz Mart University
Prof.Dr. Mustafa TÜMER, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Fadıl HOCA, Rector, International Vision University, **Macedonia**
Prof.Dr. Fethi Ahmet POLAT, Rector, Muş Alparslan University
Prof.Dr. Şenay YALÇIN, Rector, İstanbul Nişantaşı University
Prof.Dr. Murat FERMAN, Rector, İstanbul Beykent University
Prof.Dr. Necmettin ATSÜ, Rector, İstanbul Kent University
Prof.Dr. Ali Argun KARACABEY, Rector, İstanbul Arel University
Prof.Dr. Ünal AY, Rector, Çağ University
Dr. Akhmetov Berik Bakhytzhovich, Rector, Yessenov University, **Kazakhstan**
Prof.Dr. Sudi APAK, Rector, İstanbul Esenyurt University
Prof. Dr. Nihat ALAYOĞLU, İstanbul Chamber of Commerce
Assoc.Prof.Dr. Murat YALÇINTAŞ, İstanbul Trade University
Assoc.Prof.Dr. İsmet TEMAJ, Rector, University of Prizren, **Kosovo**
Dr.Bilal SUCUBAŞI, Halk Bank General Manager, **Makedonia**
Evren DİNÇER, Mayor, Aksaray Municipality

CONGRESS CHAIRS (KONGRE BAŞKANI)

Prof. Dr. **Himmet KARADAL** & Assoc.Prof.Dr. **Mehmet Naci EFE**

Coordinators of the Congress

Assoc.Prof.Dr. **Mohammed ABUBAKAR**, Assoc.Prof.Dr. **Murteza HASANOĞLU**, **Kerim KARADAL**, **İlhan ALYAY**

Organizing Committee Members

Assoc.Prof.Dr.**Ali CAN**
Assoc.Prof.Dr.**Aril CANSEL**
Assoc.Prof.Dr.**Aykut GÖKSEL**
Assoc.Prof.Dr.**Banu HÜLÜR**
Assoc.Prof.Dr.**Bora YILDIZ**
Assoc.Prof.Dr.**Dababrata CHOWDHURY**
Assoc.Prof.Dr.**Elira TURDUBAEV**

Assoc.Prof.Dr.Elnur Hasan MİKAIL
Assoc.Prof.Dr.Emre Ş ASLAN
Assoc.Prof.Dr.Erdal ŞEN
Assoc.Prof.Dr.Esra DİNÇ ELMALI
Assoc.Prof.Dr.F. Özlen HİÇ
Assoc.Prof.Dr.Fahri ÖZSUNGUR
Assoc.Prof.Dr.Fikret ATEŞ
Assoc.Prof.Dr.Gamze Ebru ÇİFTÇİ
Assoc.Prof.Dr.Gülbeniz AKDUMAN
Assoc.Prof.Dr.Harun YILDIZ
Assoc.Prof.Dr.İbrahim ŞAHİN
Assoc.Prof.Dr.İbrahim YALÇIN
Assoc.Prof.Dr.M.Halit YILDIRIM
Assoc.Prof.Dr.Muhammet SAYGIN
Assoc.Prof.Dr.Oğuz KUTLU
Assoc.Prof.Dr.Osman YILMAZ
Assoc.Prof.Dr.Özgür SARI
Assoc.Prof.Dr.Pınar GÖKTAŞ
Assoc.Prof.Dr.Rengim Sine NAZLI
Assoc.Prof.Dr.Savaş S. ATEŞ
Assoc.Prof.Dr.Selami ÖZSOY
Assoc.Prof.Dr.Selva STAUB
Assoc.Prof.Dr.Sema POLATÇI
Assoc.Prof.Dr.Veclal GÜNDÜZ
Assoc.Prof.Dr.Veyssel ŞAHİN
Assoc.Prof.Dr.Volkan IŞIK
Assoc.Prof.Dr.Yaşar AYYILDIZ
Assoc.Prof.Dr.Yavuz AKÇI
Assoc.Prof.Dr.Yunus DEMİRLİ
Assoc.Prof.Dr.Yücel EROL
Assoc.Prof.Dr.Zafer ADIGÜZEL
Assoc.Prof.Dr.Zeliha TEKİN
Assoc.Prof. Dr.İnci ERDOĞAN TARAKÇI
Dr.Ali Kerim ÖNER
Dr.Ayçin ÖNER
Dr.Bahar GÜRDİN
Dr.Belal SHNEIKAT
Dr.Bülent DEMİR
Dr.Çağrı HAMURCU
Dr.Esengül İPLİK
Dr.Derya ÇETİN
Dr.Tülin SEPETÇİ
Dr.Yahya Can DURA
Dr.Duygu HIDIROĞLU
Dr.Enes BAL
Dr.Fatih PEKTAŞ

Dr.Gözde MERT
Dr.Gülay TAMER
Dr.Gül GÜN
Dr.Gülşah SARI
Dr.Gülşen KIRPIK
Dr.Hatice BAYSAL
Dr.Hazar DÖRDÜNCÜ
Dr.Hüsametdin AKAR
Dr.İlkgül KAYA
Dr.Leyla İÇERLİ
Dr.Vesile ÖZÇİFÇİ
Dr.M. Kürşat TÜRKER
Dr.Mehmet KAPLAN
Dr.Mustafa CANBEK
Dr. Mustafa ÖZYÜCEL
Dr.Nasiye Çiğdem ULUÇ
Dr.Niyazi GÜMÜŞ
Dr.Orhan ALAV
Dr.Özgür ÇARK
Dr.Kazım KARTAL
Dr.Celal HATİPOĞLU
Dr.Özlem ATAN
Dr.Polat YÜCEKAYA
Dr.Sevgi Sümerli SARIGÜL
Dr.Ahmet Tuncay ERDEM
Dr.Serap TAŞKAYA
Dr.Yasemin GÜLBAHAR
Dr.Aktolkin ABUBAKİROVA
Dr.Yalçın GÜMÜŞSOY.
Ayten AKCAN
Bahar AKBULAK
Doğru KAYIŞKAN
Ethem MERDAN
Fatma KÜÇÜK AK
Fehmi SKENDER
Ferit USLU
Gürdal ÇETİNKAYA
Menekşe ŞAHİN KARADAL
Mehmet MECEK, Murat ER
Neslihan DUMAN
Nihan CABA
Raıkhana SUTBAYEVA
Rıfki ÜNAL
Tuğrul GÜNAY
Sabire Tuğçe KARADAL

COUNTRY COORDINATORS OF THE CONGRESS

Prof. Dr. **Haşim AKÇA**, Turkey
Prof. Dr. **Hüseyin ARASLI**, Norway
Prof. Dr. **Iryna MİHUS** Vice Rector, Ukraine
Prof. Dr. **Tushar R. SANGOLE**, India
Prof. Dr. **Hernan Gil FORLEO**, Arjantin
Prof. Dr. **Mohammed Sanusi MAGAJI**, Nigeria
Assoc.Prof.Dr. **Azer DILANCHIEV**, Georgia
Assoc.Prof.Dr. **Mehmet ULUTAŞ**, Kyrgyzstan
Dr. **Macario G GAYETA**, Philippines
Dr. **Syeda FARHATH**, Malaysia
Dr. **Mohamed El MALKI**, Morocco
Dr. **Siham El KAFABI**, New Zeland
Dr. **Kenny NETSHIONGOLWE**, South Africa
Dr. **Abdul Saboor GILL**, Pakistan
Dr. **Rocky Dwyer**, Canada
Dr. **Ahmet RUBEL**, England
Dr. **Sonali MISHRA**, India
Dr. **Nilüfer AGAYEVA**, Nakhchivan
Dr. **Aral Gökçen NOYAN**, Australia
Nurullayeva ZULHUMOR, Uzbekistan
Luigi Pio Leonardo CAVALIERE, Italy
Raıkhan SUTBAYEVA, Kazakhstan
Aya YOUSSEF, Egypt
Ramziya Khaleel Ismael KHALEEL, Iraq
Abdul MAJİD, Japan
Soniya Khan LİMA, Bangladesh
Kujtim HAMELI, Kosovo
Dil Bikram Angdembe, Nepal

SCIENTIFIC & PEER REVIEW COMMITTEE

Prof.Dr.Abdullah SOYSAL, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr.Adnan ÇELİK, Selçuk University
Prof.Dr.Adnan KALKAN, Mehmet Akif Ersoy University
Prof.Dr.Aıyızhan OMAROVA, Yessenov University, Kazakhstan
Prof.Dr.Akif TABAK, İzmir Katip Çelebi University
Prof.Dr.Ali ALAGÖZ, Selçuk University
Prof.Dr.Ali ÖZTÜREN, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr.Alyona BALTABAYEVA, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
Prof.Dr.Aşkın KESER, Uludağ University
Prof.Dr.Atilhan NAKTİYOK, Atatürk University
Prof.Dr.Aykut BEDÜK, Selçuk University
Prof.Dr.Ayşen WOLFF, Giresun University
Prof.Dr.Azmi YALÇIN, Çukurova University
Prof.Dr.Bekir DENİZ, Ardahan University
Prof.Dr.Belkıs ÖZKARA, Afyon Kocatepe University
Prof.Dr.Berrin FİLİZÖZ, Sivas Cumhuriyet University
Prof.Dr.Bülent GÜLÇUBUK, Ankara University
Prof.Dr.Bülent KARA, Niğde Ömer Halisdemir University
Prof.Dr.Bünyamin AKDEMİR, İnönü University
Prof.Dr.Cem TANOVA, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr.Cemal ZEHİR, Yıldız Technical University
Prof.Dr.Cemile ÇELİK, Mersin University
Prof.Dr.Cenk SÖZEN, Başkent University
Prof.Dr.Cihan COBANOGLU, University of South Florida Sarasota-Manatee, USA
Prof.Dr.Çiğdem KIREL, Anadolu University
Prof.Dr.Deniz BÖRÜ, Marmara University
Prof.Dr.Duygu KIZILDAĞ, İzmir Demokrasi University
Prof.Dr.Edip ÖRÜCÜ, Balıkesir University
Prof.Dr.Emin CİVİ, University of New Brunswick, Canada
Prof.Dr.Enver AYDOĞAN, Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof.Dr.Erdoğan KAYGIN, Kafkas University
Prof.Dr.Ethem DUYGULU, Dokuz Eylül University
Prof.Dr.Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando, USA
Prof.Dr.Figen AKÇA, Uludağ University
Prof.Dr.Gazi UCKUN, Kocaeli University
Prof.Dr.Göksel ATAMAN, Marmara University
Prof.Dr.Gülten GÜMÜŞTEKİN, Çanakkale Onsekiz Mart University
Prof.Dr.Halim KAZAN, İstanbul University
Prof.Dr.Haluk TANRIVERDİ, İstanbul University
Prof.Dr.Harun DEMİRKAYA, Kocaeli University
Prof.Dr.Hasan OKTAY, Vice Rector, Vision University, Macedonia
Prof.Dr.Hüseyin ARASLI, University of Stavanger, Norway
Prof.Dr.Imran HAFEEZ, GC University, Pakistan
Prof.Dr.İsmail BAKAN, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr.Janusz Slodczyk, Opole University, Poland
Prof.Dr.Kadir ARDIÇ, Sakarya University
Prof.Dr.Kazım Özkan ERTÜRK, Düzce University
Prof.Dr.Kemal BİRDİR, Mersin University
Prof.Dr.Kemal CAN, Çukurova University
Prof.Dr.Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, UK
Prof.Dr.Ljiljana MARKOVIC, University of Belgrade, SERBIA
Prof.Dr.Luis V. Casaló Ariño, Universidad de Zaragoza, Spain
Prof.Dr.Mahmut PAKSOY, İstanbul Kültür University

Prof.Dr.Mehmet BARCA, Ankara Social Sciences University
Prof.Dr.Mehmet ERYILMAZ, Uludağ University
Prof.Dr.Mehmet MARANGOZ, Muğla Sıtkı Koçman University
Prof.Dr.Melih SALMAN, Aksaray University
Prof.Dr.Mijalce GJORGIEVSKI, University of Tourism in Skopje
Prof.Dr.Mustafa BÜTE, İstanbul University
Prof.Dr.Mustafa Fedai ÇAVUŞ, Osmaniye Korkut Ata University
Prof.Dr.Mustafa İLKAN, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr.Mustafa SAĞSAN, Near East University TRNC
Prof.Dr.Natalia LATYGINA, Kyiv National University, Ukraine
Prof.Dr.Noufissa El Moujaddidi, Mohamed V University - Rabat. Morocco
Prof.Dr.Orhan ÇOBAN, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr.Orhan ELMACI, Kütahya Dumlupınar University
Prof.Dr.Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr.Oya İNCİ BOLAT, Balıkesir University
Prof.Dr.Patrizia ZAGNOLI, Università degli Studi Firenze Italy
Prof.Dr.Rahmi YÜCEL, Bolu Abant İzzet Baysal University
Prof.Dr.Rajendra PATIL, University of Mumbai, India
Prof.Dr.Recep YÜCEL, Kırıkkale University
Prof.Dr.Rıfat IRAZ, Selçuk University
Prof.Dr.Said KINGIR, Sakarya University
Prof.Dr.Salaheddin ABOSEDRA, Emirates American University
Prof.Dr.Salih OKUMUŞ, University of Prishtina, Kosovo
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.Selyutin Vlademir DMITRIYEVICH, Oryol State University
Prof.Dr.Sima NART, Sakarya University
Prof.Dr.Slagjana STOJANOVSKA, Integrated Business Faculty, Macedonia
Prof.Dr.Şevki ÖZGENER, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Prof.Dr.Tahir AKGEMCİ, Selçuk University
Prof.Dr.Tarek Abdellatif, University of Supetech, Tunis
Prof.Dr.Tofiq ABDÜLHASANLİ, Azərbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
Prof.Dr.Yılmaz GÖKŞEN, Dokuz Eylül University
Prof.Dr.Zarylbek KUDABAEV, American University of Central Asia Kırgızistan
Prof.Dr.Zoran FİLİPOVSKİ, Vice Rector, Vision University, Macedonia
Assoc.Prof.Dr. Anas Aloudat, American University in the Emirates, UAE
Assoc.Prof.Dr. Ayben KOY, İstanbul Ticaret University
Assoc.Prof.Dr. Aybeyan SELİM, Dean of Vision University, Macedonia
Assoc.Prof.Dr. Ayşe GÜNSEL, Kocaeli University
Assoc.Prof.Dr. Battal YILMAZ, Ahi Evran University
Assoc.Prof.Dr. Bengü HIRLAK, Kilis 7 Aralık University
Assoc.Prof.Dr. Biljana CHAVKOSKA, International Balkan University, Macedonia
Assoc.Prof.Dr. Bora YILDIZ, İstanbul University
Assoc.Prof.Dr. Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman University
Assoc.Prof.Dr. Carlos Orús Sanclemente, Universidad de Zaragoza, Spain
Assoc.Prof.Dr. Dababrata CHOWDHURY, University of Suffolk, United Kingdom
Assoc.Prof.Dr. Daniel Belanche Gracia, Universidad de Zaragoza, Spain
Assoc.Prof.Dr. Didem RODOPLU ŞAHİN, Kocaeli University
Assoc.Prof.Dr. Ebru GÜNEREN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Assoc.Prof.Dr. Efe EFEOĞLU, Adana Bilim Teknoloji University
Assoc.Prof.Dr. Elira TURDUBAEVA, American University of Central Asia, Kyrgyzstan
Assoc.Prof.Dr. Emin SÜEL, Niğde Ömer Halis Demir University
Assoc.Prof.Dr. Emina KARI, Dean of Vision University, Macedonia
Assoc.Prof.Dr. Erdoğan EKİZ, Dean, Mohammed VI Polytechnic University, Morocco

Assoc.Prof.Dr. Erkan Turan DEMİREL, Fırat University
Assoc.Prof.Dr. Etem YEŞİLYURT, Akdeniz University
Assoc.Prof.Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ, Hitit University
Assoc.Prof.Dr. Gökhan ARASTAMAN, Hacettepe University
Assoc.Prof.Dr. H.Ebru Erdost Çolak, Ankara University
Assoc.Prof.Dr. Hakan TUTGUT, Başkent University
Assoc.Prof.Dr. Halime GÖKTAŞ KULUALP, Karabük University
Assoc.Prof.Dr. Hayrettin ZENGİN, Sakarya University
Assoc.Prof.Dr. Hüseyin KOÇAK, Afyon Kocatepe University
Assoc.Prof.Dr. İbrahim DURAK, Pamukkale University
Assoc.Prof.Dr. İbrahim EKŞİ, Gaziantep University
Assoc.Prof.Dr. İbrahim ŞAHİN, Yalova University
Assoc.Prof.Dr. İbrahim YALÇIN, Niğde Ömer Halis Demir University
Assoc.Prof.Dr. İlhan DALCI, Eastern Mediterranean University TRNC
Assoc.Prof.Dr. İrge ŞENER, Çankaya University
Assoc.Prof.Dr. İsmail GÖKDENİZ, Kırıkkale University
Assoc.Prof.Dr. Kalina SOTİROSKA, Dean of Vision University, Macedonia
Assoc.Prof.Dr. Korhan KARCIOĞLU, Nevşehir Hacı Bektaş University
Assoc.Prof.Dr. Leyla BAHAR, Mersin University
Assoc.Prof.Dr. Lütüf ARSLAN, İstanbul Medeniyet University
Assoc.Prof.Dr. Madalina-Teodora ANDREI, Spiru Haret University, Romania
Assoc.Prof.Dr. Mahir Hamidov AMEA Z. Bünyadov Serqşunaslıq İnstitut, Azərbaycan
Assoc.Prof.Dr. Mehmet ALTINÖZ, Hacettepe University
Assoc.Prof.Dr. Mehmet Halit YILDIRIM, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Mehriban IMANOVA, Baku State University
Assoc.Prof.Dr. Mehriban IMANOVA, Baku State University, Azerbaijan
Assoc.Prof.Dr. Melih MADANOĞLU, Florida Atlantic University US
Assoc.Prof.Dr. Minura Lucia NACHESCU, West University of Timiosara Romania
Assoc.Prof.Dr. Murat YALÇINTAŞ, İstanbul Ticaret University
Assoc.Prof.Dr. Murteza HASANOĞLU, Azerbaijan State Administration Academy, Azerbaijan
Assoc.Prof.Dr. Murteza HASANOĞLU, Azerbaijan State Administration Academy
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. Phouphet KYOPHILAVONG, National University of Laos
Assoc.Prof.Dr. Savaş S. ATEŞ, Eskişehir Technical University
Assoc.Prof.Dr. Seher UCKUN, Kocaeli University
Assoc.Prof.Dr. Selçuk PEKER, Necmettin Erbakan University
Assoc.Prof.Dr. Sema POLATÇI, Gaziosmanpaşa University
Assoc.Prof.Dr. Semih SORAN, Özyeğin University
Assoc.Prof.Dr. Serkan DİRLİK, Muğla Sıtkı Koçman University
Assoc.Prof.Dr. Sevtap SARIOĞLU UĞUR, Uşak University
Assoc.Prof.Dr. Slavcho CHUNGURSKI, FON University - Skopje, Macedonia
Assoc.Prof.Dr. Suat BEGEÇ, Türk Hava Kurumu University
Assoc.Prof.Dr. Suna MUĞAN ERTUĞRAL, İstanbul University
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, Romania
Assoc.Prof.Dr. Yaşar AYYILDIZ, Abant İzzet Baysal University
Assoc.Prof.Dr. Yunus DEMİRLİ, Abant İzzet Baysal University
Assoc.Prof.Dr. DorianA DERVİSHI, University of Tirana, Albania
Assoc.Prof.Dr. Savaş S. ATEŞ, Eskişehir Technical University
Assoc.Prof.Dr. Zeliha TEKİN, Muş Alparslan University
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. Ali Kerim ÖNER, Ankara Hacı Bayram Veli University
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. Bakıt TURDUMAMBETOV, Kyrgyz-Turkish Manas University
Asst.Prof.Dr. Belal SHNEIKAT, University of Kyrenia TRNC
Asst.Prof.Dr. Dinmukhamed KELESBAYEV, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
Asst.Prof.Dr. Ertuğrul KARAKAYA, Kırıkkale University
Asst.Prof.Dr. Esra Gökçen KAYGISIZ, Giresun University
Asst.Prof.Dr. Gülbahar KARABULUT, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Güzin KIYIK KICIR, Anadolu University
Asst.Prof.Dr. Hamzah ELREHAIL, American University in the Emirates UAE
Asst.Prof.Dr. Hatice AĞCA, Aksaray 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. Leyla İÇERLİ, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Ljubisa STEFANOSKI, International Balkan University, Macedonia
Asst.Prof.Dr. Mahlagha DARVISHMOTEVALLI, Near East University TRNC
Asst.Prof.Dr. Menekşe ŞAHİN KARADAL, Bolu Abant İzzet Baysal University
Asst.Prof.Dr. Mohamed SHAMOUT, American University in the Emirates UAE
Asst.Prof.Dr. Mohammad Fahmi AL-ZYOUN, Al -Ahliyya Amman University, Jordan
Asst.Prof.Dr. Murad Abdurrahman BEIN, Cyprus International University TRNC
Asst.Prof.Dr. Mutlu YORULDU, Balıkesir University
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. Özlem ATAN, Haliç University
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. Seyil NAJIMUDINOVA, Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan
Asst.Prof.Dr. Sila MUTLU, Sakarya University
Asst.Prof.Dr. Suhail Mohammad GHOUSE, Dhofar University, Oman
Asst.Prof.Dr. Tolga GÖK, Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan
Asst.Prof.Dr. Umar HAYAT, Quaid-i Azam University, Pakistan
Asst.Prof.Dr. Ülkü TOSUN, Cyprus Social Sciences University TRNC
Asst.Prof.Dr. Vasıf ABİYEYEV, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Vesna Stanković Pejnović, Institute of Political Studies, Belgrade, Serbia
Asst.Prof.Dr. Ercan KÜÇÜKEŞMEN, Isparta Applied Sciences University
Asst.Prof.Dr. Hamed MAHADEEN, Applied Science University, Jordan
Dr. Abolfazi NAJI, Shhre Rey Azad University, Iran
Dr. Cihat KARTAL, Kırıkkale University
Dr. Denisa MAMİLLO, European University of Tirana
Dr. Dinuca Elena CLAUDIA, Titu Maiorescu University Bucharest, Romania
Dr. Elena RADICCHI, Università Degli Studi Firenze, Italy
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. Maher Ahmad ALATAILAT, Girne American University, Cyprus
Dr. Matanat AMRAHOVA, Azerbaijan Devlet İktisat Üniversitesi UNEC
Dr. Mehmet KAPLAN, Isparta Applied Sciences University
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 ALĪMOV, Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan

CONTENTS

	Page
Presentation	1
Thanks to	2
Sunuş	3
Institutions of the Authors	4
Advisory Board	7
Organising Committee	8
Congress Chairs	8
Scientific and Peer Review Committee	12
Congress Programme	232

Name of Paper and Author(s)	Page
Yeni Kırsal Yönetim Modelinde Cinsiyete Göre Görüş Farklılıklarının Değerlemesi Prof. Dr. Mensur NUREDİN, PhD. Dilek DURAK, Ms. Nazife YAKUPOVA DOMAZET	28
Impact of Global Pandemics on The Banking System with a Focus on COVID 19 in Kosovo Prof. Asst. Dr. Luan VARDARI	30
Albania in Focus of Law and High Standards of Democracy Under EU Recommendations Prof Dr. Alba DUMI, Artan MADANI	31
GIS Analysis of the Azerbaijani Lands Occupied by the Armenian Armed Forces (Goranboy Administrative District) Assoc. Prof. PhD Zaur IMRANI, Prof. PhD Elshan HASHIMOV, Prof. ScD Azad BAYRAMOV, Assoc. Prof. PhD Natavan DJAFAROVA	32
The Impact of Conflicts on Natural Resources: The Case of Sudanese Darfur Region Asst. Prof. Dr. Nagmeldin KARAMALLA-GAIBALLA, Asst. Prof. Dr. Siham EL-KAFAFI	33
The Impact of Workplace Politeness on Employee Social Loafing Behavior and the Intention to Leave Work Luigi Pio Leonardo CAVALIERE, PhD. Can. Kerim KARADAL, PhD. Can. İlhan ALYAY	34
Covid 19 Pandemisi'nin İran'ın Kentsel Yaşamına Etkisi: Olağan Alışveriş Kentlerinden Kriz Kentlerine Dönüşümün Kısa Hikâyesi PhD. Cand. Mortaza Chaychi SEMSARI, Assoc. Prof. Dr. Sevim BUDAK	35
Büyük Veri ve Sosyal Ağ Analizi Lecturer Fehmi İskender, Lecturer Ilker ALİ	36
Responsibilities in Society and Corporate Roles in Focus of Respective Ethical Rules Asst. Prof. Dr. Gerti DAJÇI, Prof. Dr. Alba DUMI	37
How Emotional Intelligence Curtails Occupational Stress: The Case of Tertiary Educators Asst. Prof. Dr. Siham EL-KAFAFI	38
Azerbaijan-Turkey Military-Strategic Cooperation in the Context of Regional Security Assoc. Prof. Dr. Nafila RAHİMOVA	39

The Hydro-Political History of the First Indo-Nepal Koshi River Agreement (1954) Souvik DASGUPTA	40
Azerbaijan - Turkey Relations: Main Dynamics in Bilateral Relations and Strategic Alliance Aspect Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU	41
Tarihsel Süreçte Dünyada ve Türkiye’de Reklamcılık Eğitimi Dr. Kemal EKER	42
State Constitutional Control Khatai SALMANOV	43
The Cultural Determinants of Entrepreneurship: Evidence from the GLOBE Project Mr. Julián Andres Díaz Tautiva, Ms. Camila Barragán, Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere	44
Features of Intellectual Property Commercialization Enterprises in Modern Conditions of Development of World Economic Relations Asst. Prof. Dr. G.B. BERMUKHAMEDOVA, Sutbayeva RAIKHAN, Kashiyevev ROMAN	45
The Effectiveness of Pension Fund Reform in Georgia Prof. Dr. Tea Kbiltsetskhlashvili	46
Social Entrepreneurship and Sustainable Performance of Non-Governmental Organizations (NGO) in Nigeria Prof. Dr. Muhammad Sanusi MAGAJI	47
Genetic Variability, Association and Diversity Study Among the Sunflower Genotypes at Seedling Stage Based on Different Morpho-Physiological Parameters Under Polyethylene Glycol Induced Stress Uzma AYZ	48
E-Accounting Practices on Business Performance Dr. Ahmed Eltweri, Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere	49
The Impact of IFRS Adoption as Control Variable on the Stock Market-Growth Nexus: Model Countries Germany and Poland Assoc. Prof. Dr. Ergin AKALPLER, Dr. Hariem ABDULLAH	50
Managing Healthcare Organizational Change During Uncertainty Perspective of Covid-19: Managing Perceptions Through Effective Communication Asst. Prof. Dr. Ali AHMAD, Kerim KARADAL, Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY	51
Girişimcilikte Fonlama Sorununa Yeni Bir Çözüm Önerisi: Kitlese Fonlamanın Olumlu ve Olumsuz Yönleri Üzerine Bir İnceleme Lecturer Artür Yetvart MUMCU, Prof. Dr. Göksel ATAMAN	52
Bir İletişim Aracı Olarak Hayat Ağacı Sembolü Lect. Fatma KÜÇÜK AK, Asst. Prof. Dr. Menekşe ŞAHİN KARADAL	54
A Multimethod Approach to Develop Future dietitians’ Competences in Community-Based Practice Assoc. Prof. Dr. Elham A. ALJAALY	56
Fintech Companies, Opportunities, Corporate Governance and Regulations Asst. Prof. Dr. Alessio Faccia, Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere	57

Urban Historiography of Medieval Rajasthan Shabir Ahmad PUNZOO	58
On the Systematic Approach to Updating the Intellectual Factor of the Innovation Economy Dr. G.B. BERMUKHAMEDOVA, Sutbayeva RAIKHAN, Alshyorazova AKNURUMIT	59
Kazakhstan, Shining Star of Geography of Central Asia in the 21st Century: Independence Process with Turkey and Emphasis on Petroleum Economics Assoc. Prof. Dr. Elnur Hasan MIKAIL, Asst. Prof. Dr. Hakan ÇORA	60
Rusya'nın Ermenistan-Azerbaycan Dağlık Karabağ Münakaşa Çözümüne Katılımı Assoc. Prof. Dr. Leman QARAYEVA	61
How Economic Freedom Affect the Business Creation Rate Mr. Julián Andres Díaz TAUTIVA, Ms. Camila BARRAGÁN, Mr. Luigi Pio Leonardo CAVALIERE	62
Makedonya'nın İsim Sorunu ve Prespa Anlaşması Bejtula ZIBEROVSKI	63
Effects of COVID-19 Outbreak on Higher Education in Philippines: Obstacles, Opportunitites, and Threats Asst. Prof. Dr. Macario G. GAYETA	64
Kırgız Mutfak Kültürünün Yaşayan Efsanesi: Taş – Kordo Asst. Prof. Dr. Gülmira SAMATOVA, Asst. Prof. Dr. Cemal İNCE, Lecturer Nadira TURGANBAEVA	65
Eser Sahibinin Manevî Haklarından Eseri Kamuya Sunma/Sunmama Hakkı PhD Cand. Fatmira MULAJ	67
The Impact of the Decline in Crude Oil Price on Dirty Tanker Freight: A Price Bubble Approach Res. Asst. Dr. Abdullah AÇIK	68
Corporate Governance Lesson to be Learned From Developed Countries Dr. Ahmed Eltweri, Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere	69
An Exploratory Study of the Teachers' Awareness Regarding Dyspraxia at Secondary Level: A Study on Education Sector of Pakistan Iqra AKRAM	70
Finalization of Value Added Tax Changes in Kosovo in Accordance with EU Law MSc. (PhD Cand.) Simeana BESHI	71
Concept of Nationhood and the Nationalist Politics of Gender: Reflection Through the Print Culture of Colonial Bengal Neelashree Das GUPTA	72
Monetary Policy and Capital Flow Implications on Economic Growth in BRICS Countries Assoc. Prof. Dr. Ergin AKALPLER	73
Rusya Federasyonu'nda Bürokrasi Asst. Prof. Dr. Bakko Mehmet BOZASLAN	74
Financial Health Analysis of PT Ciputra Development TBK According to Altman Z-Score in the Period of 2015 – 2019 Asst. Prof. Dr. Wiwiek Mardawiyah DARYANTO, Syifa Karina NOFYAN, Sanchia AMALIA	75

Kırsal Kesimlerde Kadın Girişimciliği: KKTC Örneği Dr. Güzhan GÜLAY, Dr. Burak ERKUT, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ	76
Sustainable Tourism: Case of Ecotourism in the Moroccan High Atlas Prof. Dr. Youssef EL AZYZY, Assoc. Prof. Dr. Erdogan EKIZ	77
Neuroscience, Mental Health and Senism in the Post-COVID-19 Era Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN, Nour El Hoda TARABAH	78
A Study on Workaholics, Work Life Imbalance and Self-Determination Perspective of Female Constable in Coimbatore City Asst. Prof. Dr. J. Deepa, Assoc. Prof. Dr. S. Kavitha, Asst. Prof. Dr. M. Jayamala, Asst. Prof. Dr. Laithambigai	79
Pandemic Challenges and Change in Governance Between Japan and Bangladesh Lecturer Phd Can. Mashraky MUSTARY	80
Effects of COVID-19 on the Banking Sector in Bulgaria Assoc. Prof. Dr. Kamelia ASSENOVA	81
The Argentine's Monetary Program at the Beginning of the XXI Century Prof. Dr. Hernán E. Gil FORLEO	82
Grupsal Polis Sapmasına Karşı Grupsal Polis Bütünlüğü Perspektifinden Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Polis Örgütü Üzerine Nicel Bir Araştırma Asst. Prof. Dr. Osman KAYABAŞI	83
Impact of Kashmir Unrest on Elderly People in Kashmir: A Qualitative Study Shahida AKHTAR	84
Pandemi Sürecinde Kaos Kuramı Çerçevesinde Müzik Eğitimi Analizi Ayşe Soykara GÜLSEVEN, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ	85
Medical Ethics in the Context of Globalization Mrs. Shirin TOSHPOLATOVA	87
Barriers to Innovation: A Brief Review at the Firm Level Asst. Prof. Dr. Mustafa GÖMLEKSİZ	88
The Innovation and Employment Nexus: Empirical Evidence from Lationamerica Mr. Julián Andres Díaz Tautiva, Ms. Camila Barragán, Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere	89
The Impact of OECD Countries' Export Performance on Economic Growth: Panel Data Analysis for the Period 2006-2019 Asst. Prof. Dr. Rabia Aktaş ŞENKARDEŞLER	90
Staff Motivation Techniques Prof. Dr. Vance BOJKOV, Marieta GOCEVA	91
The Consequences of Technology on Financial Integration in The 21st Century Emmanuel Obed DADZIE	92
Polis Örgütlerinin Örgütsel Polis Bütünlüğü Düzeyleri Üzerine Uluslararası Boyutta Karşılaştırmalı Nicel Bir Araştırma Asst. Prof. Dr. Osman KAYABAŞI	93
The Impact of Branding on Marketing of Retail Banking and its Long-Term Effect on Customer Loyalty: A Case Study of BRAC Bank Dhaka, Bangladesh Dr. Md. Ruhul Amin SARDAR	94

The Impact of the Macroeconomic Factors over the Performance of the Banking Sector in Republic of North Macedonia MSc. Berkan IMERI, Dr. Bilal SUCUBASI, MSc. Gunter MERDZAN	95
Key Socio Economic Indicators, Indian Economy- Consumer Price Index Numbers, Whole Sale Price Index Numbers Amit GUPTA	96
Evaluation of Quality of Experience on Management of Virtual Reality for Education and Science Dr. Agil VALIYEV, Assoc. Prof. Dr. Gahira MAMMADOVA	97
Impact of Education on Muslim Women’s Empowerment in Georgia PhD Cand. Ayten MERDAN HAJIYEVA	98
International Qualification of the Qualified Trader in Commercial Law Assoc. Prof. Dr. Murat BİLGİN	99
Eurasian Economic Union and Turkish Eurasian Integration Elmar Khalilov	100
Stalin Dönemi SSCB Dış Politikası PhD. Candidate Emin YADİGAROV	101
The Comparative Analysis of Social Protection System in South Caucasus Region Countries Assoc. Prof. Dr. Azer DILANCHIEV	102
Introducing Positive Communication Mr. Abdulatif Hajjismael AHMED	103
The Scientific Context of Internationalization Engrossed the Human Values: An Analysis of The Basic Human Rights’ Violation Ms. BAKHTAWAR TALPUR, Asst. Prof. Dr. SIRAJ NIZAMANI	104
The Inevitable Need for new Skills on the Board of Directors Asst. Prof. Dr. Alessio Faccia, Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere	105
US-China Bilateral Trade Tension Impact on Palm Oil Industry A Case Study: Dupont Approach to Financial Performance Analysis of PT Astra Agro Lestari, TBK Asst. Prof. Dr. Wiwiek Mardawiyah DARYANTO, Andi WIBOWO, Akhmad Kamaluddin JAFFAR	106
Financial Literacy and Affordable Credit on the Performance of Agricultural Entrepreneur in Northern Nigeria: Paradigm Shift in Islamic Perspectives Abubakar Ado ADAMU, Nasiru ABDULLAHI, Mohammed Aliyu DANTSOHO, Yazeed MUHAMMED, Aliyu Audu GEMU, Abdullahi Hamid ZAKARI	107
Entrepreneurial Opportunity Through Use of Earth-Worm Based Manure in India: An Exploratory Study Asst. Prof. Dr. Analjyoti BASU	108
The Impact of Brand Value Constituent Factors on Brand Value: A Case Study of Ocarina Brand in Kabul City Academic Member Samiullah NAEEMI, Ph.D. Candidate Hamayoun GHAFORZAY	109
Increasing Power of Digital Technologies Covid-19 Impact Accelerating Dynamics of E-Commerce Dr. Nasiye Çiğdem ULUÇ	110

Irregularity vs Regularity: The Perception of Sub-Saharan Migrants of the Impact of Regularization Dr. Nadia ELAMRI	111
Yeşil Pazarlama ve Yeşil Muhasebe Alanında Yapılan Akademik Çalışmalar Üzerine Bir Araştırma Asst. Prof. Dr. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL, Dr. Aybüke YALÇIN	112
Hizmet Sektöründe Kalite Değeri Yüksek Firmaların Yeşil Pazarlamayı Uygulama Biçimleri Ebru MERT	114
Havaalanı Yönetim Stratejileri: Havaalanı Simülasyonları ile Uygulama Assoc. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ, Res. Asst. Ezgi FİLAZOĞLU	115
Üniversite Öğrencilerinin Liderlik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA	116
Türkiye’de Z Kuşağının Siyasi Kanaatinin Oluşumunda Medyanın Rolü Asst. Prof. Dr. Uğur ORAL	117
İşletme Yönetiminde Diyalojik İletişimin Rolü: Bir Derleme Çalışması Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK	119
Onlar İçin Durmak Yok, Sürekli Çalışmak Var: Ev Temizliği Endüstrisindeki “Öteki Kadınlar” Dr. Mehmet KAPLAN, Dr. Öğr. Üyesi Berna Turak KAPLAN	121
Reklamlarda İntak ve Teşhis Söz Sanatlarının Kullanılması Assoc. Prof. Dr. A. Banu HÜLÜR	122
Vizyon ve Misyon İfadelerinin Stratejik Yönetim Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi: Türkiye’nin En Büyük 10 Kurumunda Bir Çözümleme Assoc. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Assoc. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU, Asst.Prof. Dr. Çağlar PEHLİVAN	123
Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdama Olan Etkisi: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Ekonometrik Analiz Asst. Prof. Dr. Mehmet ALTUNTAŞ, Res. Asst. Sümeyya ALTUNTAŞ	124
Kariyerler İçin Kaos Kuramının İncelenmesi Asst. Prof. Dr. Gül GÜN	125
Developing a Protective- Preventive and Machine Learning Based Model on Child Abuse Fatih MERT, Assoc. Prof. Dr. Muhammed Ali AYDIN, Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM	126
Küresel Egemen Sistemin Bir Enstrümanı Olarak Netflix Assoc. Prof. Dr. Ali CAN	127
Tüketim Kalıplarının Genç Gruplar Üzerindeki Etkisi Res. Asst. Dr. Kamile ELMASOĞLU, Prof. Dr. Himmet HÜLÜR	128
Organik Arıcılık ve Dünya’daki Mevcut Durumu Asst. Prof. Dr. Kurtuluş MERDAN	129
X ve Y Kuşaklarının Katılım Bankacılığına Yönelik Algıları Lecturer, PhD Cand. Hülya ER, PhD. Cand. Murat ER, Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK	130

Değişime Direnç ile İş Stresi ve Tükenmişlik Arasındaki İlişkinin Analizi Satı Nur YILAL, Assoc. Prof. Dr. İsmail GÖKDENİZ	132
Does the Employment of Women Cause Them to Participate in the Labor Force Across the Turkish Regions? Prof. Dr. Seyit KÖSE	133
Örgüt İkliminin Bireysel Yaratıcılık Üzerine Etkisi: Kamu Kurumlarında Bir Araştırma Assoc. Prof. Dr. Mine HALİS, Fulya ÖZKAL	135
Yenilenebilir Enerji Yatırımlarının Finansmanında Yeşil Tahvil İhracı: Türkiye Örneği Asst. Prof. Dr. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL, Assoc. Prof. Dr. Betül ALTAY TOPCU	136
Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Tarımsal Amaçlı Kullanımı ve Bu Teknolojilerin Yaygınlaşması Önündeki Engeller Asst. Prof. Dr. Hasan ŞAHİN, Assoc. Prof. Dr. Mustafa Hakkı AYDOĞDU	138
Türklerde Evren/Kâinat Anlayışı ve Bunun Türk Kültürüne Yansımaları Asst. Prof. Dr. Şeyda BÜYÜKCAN SAYILIR	140
Yönetim ve Organizasyon Alanında Doktora Yapmak:İnsani Değerler ve Akademik Beklentiler Odaklı Bir Vaka Çalışması Dr. Mehmet KAPLAN, Asst. Prof. Dr. Berna Turak KAPLAN	141
İstanbul’da Kimliksizleşen Mimarının Sanat ve Tasarım Ekseninde Değerlendirilmesi ve Seyit Mehmet Buçukoğlu’nun Resimlerinde “Pencere” İmgesi Dr. Öğr. Üyesi. Seyit Mehmet BUÇUKOĞLU, Arş. Gör. Gonca SÖNMEZ	142
Bireysel Kariyer Davranışlarında ve Başarılarında Cinsiyet Farklılığı Assoc. Prof. Dr. Didem PAŞAOĞLU BAŞ, Asst. Prof. Dr. Bahar SUVACI	144
Dünyada ve Türkiye’de Başlıca Sosyal Girişimcilik Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma Tuğba SÖNAL, Canan AKSOY	145
Total Quality Management Practices in Public Sector PhD. Seda ÇANKAYA KURNAZ	146
Örgütlerde Kişiliğin Kuramsal Açıdan Değerlendirilmesi Asst. Prof. Dr. Ekin Akdeniz	147
İş Dünyasının Kurumsal Sosyal Sürdürülebilirlik Yaklaşımı; Türkiye Göstergeleri Asst. Prof. Dr. Pınar Gökçin ÖZUYAR	148
Serbest Eczacılık Hizmetlerinde Yaşanılan Sorunların Belirlenmesine Yönelik Kesitsel Bir Araştırma: Adıyaman Örneği Bahar ALAGÖZ, Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK	149
Modern Dünyada Yeni Bir Din: Futbol Asst. Prof. Dr. Mehmet Haşim AKGÜL	151
Stock Market Liquidity and Economic Growth Nexus: Evidence from Turkey Dr. Gozde GURGUN, Asst. Prof. Dr. Bilge CANBALOGLU	152
Havaalanı Yönetim Stratejileri: Havaalanı Simülasyonları ile Uygulama Doç. Dr. Savaş S. ATEŞ, Arş. Gör. Ezgi FİLAZOĞLU	153
Güçlendirme Algoritmaları ile Telekomünikasyonda Müşteri Kaybı Tahmini Dr. Ezgi NAZMAN	154
Toplu Taşıma-Hizmet Düzeyi ve Kentsel Planlama Çalışmaları: İzmir Merkez Kent Örneği Asst. Prof. Dr. İrem Ayhan SELÇUK	155

Sağlık ile İyilik Hali Arasındaki İlişki: İller Düzeyinde Bir Araştırma Asst. Prof. Dr. Serap TAŞKAYA	156
Banner Reklamlarındaki Bilgilendirici Metnin ve İnsan Görselinin Tüketici Üzerindeki Etkisi: Faydacı ve Hazcı Ürün Karşılaştırması: Bir Göz İzleme Analizi Ezgi DELEN	157
COVID-19 Pandemi Sürecinde Bilgi Arama İhtiyacı Nasıl Karşılandı? (Türk Gazetelerinin Kurumsal Instagram Hesaplarındaki Covid-19 Haberlerine Yönelik İçerik Analizi) Assoc. Prof. Dr. Ayşen TEMEL EĞİNLİ, Res. Asst. Neslihan ÖZMELEK TAŞ	159
İnformal Cepten Sağlık Harcamalarında Hakkaniyet: İstanbul Örneği Asst. Prof. Dr. Mustafa NARCI, Prof. Dr. Hacer ÖZGEN NARCI, Asst. Prof. Dr. Zeliha GÖRMEZ, Öykü Naz BARTU KAVAS, Asst. Prof. Dr. Gülhan KALMUK	161
Dijital Dönüşüm Sürecinde Yükselen Bir Değer: Dijital Liderlik Dr. Ali İhsan ÇELEN	163
Pandemi Sürecinde Muhasebe Meslek Mensuplarının Mesleki Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi Assoc. Prof. Dr. Ayşe Nur BUYRUK AKBABA, Asst. Prof. Dr. Nurcan BULUT	164
KOBİ'lerde Girişimsel Pazarlama Perspektifinden Pazarlama Karmaşı Inst. Doğu KAYIŞKAN, Prof Dr. Engin ÖZGÜL	165
Aile İçi Şiddette Dilin Rolü Assoc. Prof. Dr. Ali ÇİÇEK	166
Siyasal İletişimde Görgü ve Protokol Kurallarının Önemi Asst. Prof. Dr. Uğur ORAL	167
PISA Bize Okumada Ne Anlatıyor? Bir Güvenilirlik Çalışması Res. Asst. Talha GÖKTENTÜRK, Prof. Dr. Ali Fuat ARICI, Assoc. Prof. Dr. İbrahim DEMİR	169
Algılanan Kurumsal İmaj ile Birey-Örgüt Uyumu, Psikolojik Sahiplik ve Örgüt Temelli Özsaygı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma Asst. Prof. Dr. Esengül İPLİK	170
İran Jeopolitiğinin Önemi ve İran'ın Dış Politikasına Etkisi Tuba ÇAKMAK	172
Pandemi Sürecinde Yeni Normal (Yönetim, Üretim ve Pazarlamada Değişen Trendler) Asst. Prof. Dr. Cihat KARTAL, Asst. Prof. Dr. Esmâ Ebru ŞENTÜRK, Prof. Dr. Recep YÜCEL	173
İşletme Yönetiminde Dijital İletişim ve İş Dünyasıyla Nasıl Bağlantılı Olduğu Dr. Pelin ÖZKUZEY	174
1950-1960 Dönemi Kurtuluş Savaşı Film Afişlerinde Bayrak Dr. Gökçe MARŞAP	175
The Effect of Corporate Values on Job Satisfaction Dr. Mustafa ASLAN, Lect. Hülya ATEŞOĞLU	177
Şanlıurfa'daki Çiftçilerin Tarımsal Ürünlerini Pazarlama Davranışlarında Etkili olan Faktörler Dr. Öğr. Üyesi Mehmet CANÇELİK	178

Yeni Kamu İşletmeciliği Paradigmasında Kamu Özel Ortaklığı Modeli: Şehir Hastanelerinin Düalist Yönetmel Yapıları Üzerine Bir Değerlendirme Asst. Prof. Dr. Berat AKINCI	179
Halkla İlişkiler Ajanslarının Web Sayfalarına Yönelik Bir İnceleme Asst. Prof. Dr. Hüsamettin AKAR	181
Müşteri İlişkileri Yönetimi Çalışmalarının Müşteri Satın Alma Niyeti ve Müşteri Devamlılığına Olan Etkisi Asst. Prof. Dr. Nihat TAVŞAN, Asst. Prof. Dr. Cem DURAN	183
Dijital Pazarlamada Sosyal Medya Fenomenleri ile Tüketicilerin Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişki Meltem KURT	185
Kişilerarası İletişim Sürecinde Kendini Açma Davranışı ve Özsaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma Dr. Ebru ÇİTİL, Assoc. Prof. Dr. Ayşen TEMEL EĞİNLİ	186
Temiz ve Güzel Yarınlar İçin: Yeşil Pazarlama Asst. Prof. Dr. Vedat ULUSOY	187
Çocukların Ebeveynleri Üzerindeki Satın Aldırma Güçleri: Teknoloji Ürünleri Açısından Bir Değerlendirme Asst. Prof. Dr. Vedat ULUSOY	188
Bankacılık ve Sigortacılık Sektöründe Siber Riskler: Güncel Uygulamalar Asst. Prof. Dr. İskender DEMİRBILEK, PhD. Cand. Saim TAŞ	189
In Turkey; Tourism Sector After Covid 19 And Its Reflections On Sports Tourism Asst. Prof. Dr. H. Neyir TEKELİ, Assoc. Prof. Dr. Suna Mugan ERTUGRAL	190
Menkul Kıymetler Borsası Düzenlemeleri ve Girişimcilik Asst. Prof. Dr. Duygu HIDIROĞLU	191
Amiran Kurtkan Bilgeseven'in Bütüncü Yaklaşımı Üzerine Bir Değerlendirme Sümeyye GEDİK	192
Pandemi Sürecinde Dijitalleşme ve Muhasebe Asst. Prof. Dr. Pınar Daloğlu	193
Çevre Teknolojileri ve Gelir Eşitsizliğinin Karbon Emisyonu Üzerindeki Etkisi: MIST Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir Analiz Asst. Prof. Dr. Müge MANGA	194
Kurum Kültürünün Toplam Kalite Yönetimi Başarısına Etkisi Lect. Tuğba ÇEDİKÇİ FENER	195
Türkiye'de İMKB İndeksi ve Döviz Kuru Arasındaki Dinamik İlişkinin İtakura Uzaklık Yöntemi ile Belirlenmesi Assoc. Prof. Dr. Levent ÖZBEK, Dr. Ümit KOÇ	196
Kırsal Kalkınmada Yeni Çözüm Arayışlarında Kooperatifleşme: İnegöl İncelemesi Asst. Prof. Dr. Mustafa ÖZYÜCEL	197
Açık İnovasyon Uygulamaları Üzerine Bir Çalışma MBA C. Ayşe Nur AYAS	198
Şahindere Sargıyerinde Medfun Mülazım-I Sani Mustafa Efendi'nin Şehadeti ve 30. Piyade Alayı'nın Eylül Ayı Harekâtı Assoc. Prof. Dr. Burhan SAYILIR	199

Üstün Performanslı Örgütlerin Yönetiminde Yeni EFQM Modeli 2020: Değişenler ve Değişmeyenler Üzerine Bir Değerlendirme Asst. Prof. Dr. Özlem ATAN	200
Bir Neo-liberal Devlet Eleştirisi Olarak “I, Daniel Blake” Filminin Siyasal-Yönetimsel Analizi Asst. Prof. Dr. Ahmet Bora TARHAN	201
Kariyer Mentorluğu ve Çok Yönlü Kariyer: İlişki Ağı Kurma Davranışının Düzenleyici Etkisi Asst. Prof. Dr. Emre Burak EKMEKÇİOĞLU	202
Kişilik Özelliklerinin Hizmet Kalitesi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama PhD. Cand. Murat ER, Assoc. Prof. Dr. Yusuf Volkan TOPUZ	203
Kariyer Seçiminde Sosyo-Bilişsel ve Manevi Yaklaşımlara Bütüncül Bakış Asst. Prof. Dr. Özgür ÇARK	204
Banka Çalışanlarının Yaşadıkları İş-Aile Yaşam Çatışması ile Duygusal Emek Arasındaki İlişki Asst. Prof. Dr. Ebru ERTÜRK	205
Yapay Sinir Ağları İle Talep Tahmini: Otomobil Satışları İçin Ysa Uygulaması Assoc. Prof. Dr. Gülşen AKMAN, Res. Asst. Ali İhsan BOYACI, Esat Bahadır ATAY, Ali Haydar SAYAR	208
Dijital Dönüşümle Değişen Liderlik Anlayışı: Dijital Liderlik Üzerine Bir Değerlendirme Asst. Prof. Dr. Leyla İÇERLİ	209
Türkiye’de Organik Su Ürünleri Üretimi ve Uygulama Alanları Asst. Prof. Dr. Kurtuluş MERDAN	211
Covid-19 Aşı Çalışmalarının Altın Fiyatlarına Etkisinin Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi Asst. Prof. Dr. Çağrı HAMURCU	212
Paternalist Liderliğin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Fabrika Çalışanları Üzerine Bir Araştırma Asst. Prof. Dr. Meryem Derya YEŞİLTAŞ, PhD. Cand. Rabia Sultan KURŞUNCU	213
Relationship Marketing Strategies Applied in Maritime Logistics Industry Res. Asst. Resul TEPE	214
Mobbing Perception of Teachers and Academicians in Turkey: A Descriptive Analysis at Public Schools and Universities Dr. Muhsin Kürşat TÜRKER	215
Türkiye, Büyükşehir Belediyeleri’nin Bütçe Değerlendirmesi için Bütünleşik Çok Kriterli Karar Verme Yaklaşımı Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Assoc. Prof. Dr. Ahmet ÇALIK	216
Yerel Yönetimlerin Halkı Tanımaya Yönelik Halkla İlişkiler Uygulamaları; Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği Örneği Asst. Prof. Dr. Üyesi Mevlüde Canan CAN	217
Tüketim Kalıplarının Kimlik Oluşumunda Rolü Prof. Dr. Himmet HÜLÜR, Res. Asst. Kamile ELMASOĞLU	218
Obeziteye Karşı Kamu Politikaları Asst. Prof. Dr. Dilek AKBAŞ AKDOĞAN	219

Kurumsal Sosyal Sorumluluk(KSS) Teorileri Ne Kadar Etik? KSS Uygulamalarına Süreç- Çıktı Merkezli Bakış Mustafa Asım ŞİMŞEK	220
Arşiv Materyali Olarak Yerel Gazeteler: Kharkiv'deki Esaret Döneminde Gazi Osman Paşa Hakkında Yerel Gazetelerde Yayımlanmış Haberler Asst. Prof. Dr. Mehmet Fahri FURAT	221
Kent Bellekleri Bağlamında Sayısal Arşiv Yönetiminin Sürdürülebilirliğinin Değerlendirilmesi Asst. Prof. Dr. Sinan SÜMBÜL, Asst. Prof. Dr. Ceyhan GÜLER	222
Jeoekonomi, ABD Açısından Petrolün Jeoekonomisi Arş.Gör. Salih ŞİMŞEK, Arş.Gör. Ali İrfan ÖZEREN	223
İktisat Disiplininde Kurumların Kavramsallaştırılması Üzerine Metodolojik Bir Analiz Asst. Prof. Dr. Yahya Can DURA	225
İşgören Seçimi: Nitel Bir Örnek Olay Çalışması Prof. Dr. Himmet KARADAL, Lect. Ethem MERDAN	226
Blablacar İle İşbirlikçi Tüketime Katılım Yolculuğu PhD. Cand. Volkan Çağlar YILDIRAN, Prof. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU, Assoc. Prof. Dr. Süreyya KARSU	227
Katılım Bankacılığında İlişkisel Pazarlama Dinamiği Phd. Cand. Enes KOÇOĞLU, Assoc. Prof. Dr. Süreyya KARSU, Prof. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU	230
CONGRESS PROGRAM	232

Yeni Kırsal Yönetim Modelinde Cinsiyete Göre Görüş Farklılıklarının Değerlemesi

Prof. Dr. Mensur NUREDİN

International Vizyon University, Gostivar, N. Macedonia
mensur@vizyon.edu.mk

PhD. Dilek DURAK

International Vizyon University, Gostivar, N. Macedonia
durak.dilek@gmail.com

Ms. Nazife YAKUPOVA DOMAZET

International Vizyon University, Gostivar, N. Macedonia
nazife.yakup@vizyon.edu.mk

ÖZET

Küreselleşme, kırsal ve kentleşme dinamiklerinin etkisi ile hizmet sunumlarında etkili olabilmek, adaleti sağlayabilmek, halk ile mahalli idareler arasında iletişimsizlik ve yetersiz bilgi, gereksiz harcamalara yol açan sistemsizlik gibi sorunlara çözümler için yeni yasalar ve yönetim modellerine ihtiyaç doğmuştur. Türkiye nüfusunun yaklaşık %77'lik kısmını ilgilendiren ve Ülke topraklarının yaklaşık %50'lik kısmının yönetimini ilgilendiren yeni kırsal bölgelerin yönetim modelinin temelindeki yasalarda sürdürülebilirlik, etkinlik verimlilik cinsiyetlere göre de farklılık göstermekte ve bu farklılık yeni düzenlemelerin ortaya çıkmasına vesile olmaktadır. Bu nedenledir ki bu çalışmamızın alana katkısının; kırsaldaki halkın cinsiyet bazında algı biçimlerinin incelenerek ortaya konmasının sağlanması olacaktır. Zira yeni kırsal yönetim modeli olan yeni büyükşehir belediyesi yasasına dair algı çok düşüktür. Çalışmamızın beklenen çıktıları; halkın cinsiyetleri bazında beklenen alansal düzenlemeler olacaktır. Bir veri toplama yöntemi olarak anket formu oluşturulmuş ve 5'li likert ölçek kullanılmıştır. Türkiye'de bulunan 31 büyükşehir belediyesi araştırmamızın evrenini oluşturmaktadır. Bursa sınırları içerisinde 17 ilçenin 659 mahallesi ana kütleyi oluşturmaktadır. Bu sınırlılıklara karşın çalışmamızda büyükşehir yönetimlerin sunduğu hizmetler, ulaşım, tarımsal sulama, içme suyu, çöp toplama, hayvancılık olmak üzere beş ana başlık altında sınıflandırılmış ve yeni yasal düzenlemeler sonrası yapılan her bir hizmet sonucunda memnuniyet analizi yapılmasını sağlayacak sorular ve cevapları ekonometri istatistiksel veriler ve yöntemler ile analiz edilmiştir. Çalışmamız neticesinde; yerel yönetimlerin kırsala dair yapacakları çalışma ve hizmetleri; cinsiyet bazında yapmış olduğumuz anket sonuçlarından hareketle daha etkin ve verimli planlayabilme imkânı bulmuş olacaklardır. Yaptığımız bu çalışmanın, halka yapılacak her türlü sunumları kapsayacak şekilde özellikle kırsal alanların yönetimlerinde etkin bir devlet sisteminin oluşturulmasına kaynak olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal alan yasası, Hizmetlerde etkinlik, Yerel yönetim,

Valuation of Differences of Opinion According to Gender in the New Rural Management Model

ABSTRACT

With the effect of globalization, rural and urbanization dynamics, new laws and management models are needed to be effective in service delivery, to ensure justice, to solve problems such as lack of communication between the public and local administrations, insufficient information, and being systemless causes unnecessary expenditures. Turkey concerning around 77% of the population and the country's land of approximate management of 50% from the interests of sustainability in the laws based on the management model of new rural areas varies between sexes due to the activity and productivity, and these differences are conducive to the emergence of new regulations. For this reason, the contribution of this study to the field will be to examine and reveal the perception styles of the

rural people on the basis of gender, because the perception of the new metropolitan municipality law, which is a new rural management model, is very low. The expected outputs of our study are there will be expected spatial arrangements based on the gender of the population. A survey form was created as a data collection method and a 5-point Likert scale was used. Turkey in 31 metropolitan municipalities constitutes the sample space of our research. 659 neighborhoods of 17 districts within the boundaries of Bursa constitute the main mass. Despite these limitations, the services provided by metropolitan administrations in our study were classified under five main headings: transportation, agricultural irrigation, drinking water, garbage collection, and animal husbandry; the questions and answers that will ensure satisfaction analysis as a result of each service are analyzed with econometric statistical data and methods. As a result of our work, works and services to be performed by local governments regarding rural areas, based on the survey results we have conducted based on gender, will have the opportunity to plan more effectively and effectively. It can be said that this study we have made is a source for the establishment of an effective state system, especially in the management of rural areas, including all kinds of presentations to be made to the public.

Keywords: Rural law, Efficiency in services, Local Governance

Impact of Global Pandemics on The Banking System with a Focus on COVID 19 in Kosovo

Prof. Asst. Dr. Luan VARDARI

Prizren University "UKSHIN HOTI",

luan.vardari@uni-prizren.com

Orcid: 0000-0003-3212-5783

ABSTRACT

The banking system plays an important role in the economic stability of the country thus contributing to the economic growth of that country. The banking system provides the necessary infrastructure that allows individuals, businesses and institutions to make all types of payments, including bills and salaries, to obtain loans or to maintain, to invest, etc. But not always banking is in very stable positions. One of the reasons for the difficulties of operating in the banking system are the global pandemics. Given the recent situation created by the COVID 19 pandemic, I will try to analyze the impact of pandemics on the banking system - with a focus on COVID 19. So, the purpose of this paper is to look at how global pandemics affect the banking system. Furthermore, we will make a general analysis of the impact of COVID 19 on the banking system in Kosovo, the measures taken by the Government which have had a direct effect on the banking system, the role of the Central Bank of Kosovo in this situation.

Keywords: Banking System, COVID 19, Central Bank of Kosovo

Albania in Focus of Law and High Standards of Democracy Under EU Recommendations

Prof Dr. Alba DUMI

Head of Management Department
Vice Dean TBU Tirana University, Albania
alba.besi12@gmail.com

Artan MADANI

TBU Tirana University, Albania
madaniartan@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this paper research is to present how the standards of democracy and reformation of Law are applied in the public sector in Albania. We want to analyze, in this paper, how the effective procedures and law standards are changed under EU recommendations and how the development of procedures are improved in public sectors of Albania. In the second section of this paper research, we analyze how legal institutions are opening accession negotiations and how the development affects the performance. Albania has continued to implement the Stabilization and Association Agreement and the meetings of the joint bodies under the agreement took place. Albania has continued to strengthen bilateral relations with the countries of the region, organizing joint government meetings with many of them to deepen cooperation.

Quantitative methodology was used to conduct this research where data were collected through a questionnaire. The focus of this study is the public sector where the employees of this sector were surveyed, who completed the questionnaires regarding the reforms in law sector and development as well as the impact of training on increasing their performance. From the analysis of the data, it resulted that the public sector in Albania attaches great importance to reform the law sector and development of employees. Albania has made efforts to meet obligations that arise from international legal instruments.

The overall implementation of those instruments remains, however, to be strengthened. There are organized training in law sector and development programs according to the needs of each employee as its training and the policies applicable to all employees of the organization. Albania has continued to implement reforms that are crucial to the EU agenda, in particular delivering concrete results in the conditions identified in the Council Conclusions for the opening of accession negotiations. Reforms and development, used continuously, are part of this sector and turn out to be effective according to employee evaluation.

Keywords: Regional initiative, Interest of reforming democracy, International Monitoring

GIS Analysis of the Azerbaijani Lands Occupied by the Armenian Armed Forces (Goranboy Administrative District)

Assoc. Prof. PhD Zaur IMRANI

Azerbaijan National Academy of Sciences, Geography Institute
zaur_imrani@mail.ru

Prof. PhD Elshan HASHIMOV

Armed Forces War College of the Azerbaijan Republic
hasimovel@gmail.com

Prof. ScD Azad BAYRAMOV

Armed Forces War College of the Azerbaijan Republic
azad.bayramov@yahoo.com

Assoc. Prof. PhD Natavan DJAFAROVA

Azerbaijan National Academy of Sciences, Geography Institute
jafarova.nata@mail.ru

ABSTRACT

Introduction. Through the implementation of GIS technologies, the determination of the extent of damage threat to the population residing the front zone (6 villages) of Goranboy region of the Republic of Azerbaijan and elimination of the existing problems regarding the evaluation of their socioeconomic status, as well as the development of the 3D model have been considered. For this purpose, we set a key task to identify the characteristics of the area by the use of satellite images and aerial photographs from AzerSpace, their electronization and computing on them, to reveal the existing problems and determine the ways of their elimination in Lower Agjakend settlement, Meshali, Garachinar, Zeyva, Hajalli, Shafibeyli, Upper Agjakand, Qaraqucaq, Tap Garaqoyunlu and Tap villages, located along the front border zone of Goranboy region.

Methodology. Alongside with historical and comparative analysis, systematic approach, statistical-mathematical, cartographic (GIS technologies), etc. traditional methods, sociological surveys are also planned during the research.

Results and discussion. A base will be prepared through the development of a digital map of the area, inclusion of the road and road facilities into the GIS environment, collection of statistical data on settlements and population, demographic indicators, their systematization, analysis as initial information and the preparation and dissemination of public questionnaires among the local population and their analysis. The area will be visited to learn more about the economic activity and living conditions of the population living in the front border zone. This time, the socio-economic status of the local population will be assessed and ways to improve their development will be identified. In the article, in order to map villages in the border area of the Goranboy administrative district, Azersky space images and a multispectral 6m image as well as a 1:100000 scanned topographic map will be used. Based on the information obtained, a map of the border settlements will be drawn up using the ArcMap software. In this program space images and topographic map will contribute to the more precise and professional analysis of the research area. The researched villages will be converted into a digital map of the ArcGIS environment and a 3D relief model (based on Sentinel satellite images) will be developed to handle the altitude data. With this model, smaller scale maps can be digitized and built to increase sensitivity. Finally, 3D large-scale acquisition (settlements, economic areas, roads, bridges, etc.) and slope inclination maps will be drawn.

Conclusions. After summarizing the information, we have obtained in the final part of the article, the facts, that we have revealed can be used in the socio-economic development of the villages and future work in this region, namely in the state programs and structural subdivisions of the relevant ministries - in road infrastructure, meeting the population's drinking water needs, watering arable land, improving the heating system of secondary schools and hospitals, and creating jobs.

Keywords: GIS Analysis, 3D Model, Digital Map.

The Impact of Conflicts on Natural Resources: The Case of Sudanese Darfur Region

Asst. Prof. Dr. Nagmeldin KARAMALLA-GAIBALLA

University of Commerce and Services in Poznan, Poland

karamalla@gmail.com

Orcid: 0000-0001-7613-3334

Asst. Prof. Dr. Siham EL-KAFAFI

Arrows Research Consultancy Limited (ARCL)

selkafafi@gmail.com

Orcid: 0000-0002-5480-451X

ABSTRACT

The United States Environment Program (UNEP) confirmed that 40 per cent of all intrastate conflicts are lined to natural resources. They further extrapolate that since 1990, 18 violent conflicts happened as a result of natural resources exploitation e.g. timber, diamonds, gold, minerals, oil, fertile land and water.

This research paper explores the impact of sociological perspectives on the relationship between natural resources and conflicts. From these theoretical perspectives, a number of fundamental sources of conflict over natural resources are identified and defined.

The researchers choose to analyze the case study of the Darfur Region of Sudan to assess the sources of conflict over natural resources i.e. demographic change, economic development and social inequality. Furthermore, the researchers traced the process of the conflicts in the Darfur Region of Sudan in connection with the availability of water resources, pastures and arable lands, the increase in the number of people and animals, which was reflected in the demand for natural resources and, consequently, impacted on the state of the environment.

Keywords: Natural Resources, Demographic Change, Economic Development, Social Inequality, Darfur, Conflict

The Impact of Workplace Politeness on Employee Social Loafing Behavior and the Intention to Leave Work

Luigi Pio Leonardo CAVALIERE

Università di Foggia
luigi.cavaliere@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-3169-567X

PhD. Can. Kerim KARADAL

Uludag University
kerimkaradal@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-3891-8429

PhD. Can. İlhan ALYAY

Uludag University
ilhanalyay@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-9986-855X

ABSTRACT

Workplace politeness is defined as a type of negative politeness and non-respect business behavior that occurs in violation of mutual respect rules and organizational norms, the intention of which is not fully clear, nevertheless damages the goals. Organization workplace politeness negatively affects organizational commitment to the individual and organization job satisfaction, job performance as well as psychological health, consequently leading to health problems such as stress, anxiety and depression. Moreover, it is seen as an important problem to be solved because it leads to alienation against the organization and reduces performance. Social loafing behavior, which is a common problem in organizations where group work is important, expresses the tendency of employees to make less effort when working in groups compared to when they work individually. In the studies available in the literature, it is stated that the individual's personal characteristics such as age, gender, culture and personality traits, as well as their level of internal motivation and organizational commitment and their intention to quit work, have an effect on their social loafing behavior. However, it is believed that individuals do not deem their efforts will be noticed by managers, they think that the effort made while working in the group will disappear and other members of the group will fill the deficiency. Factors such as the size of the group, the difficulty of the task, the importance of the task, perceived justice and group member commitment to each other will affect social loafing. The intention to quit can be evaluated positively or negatively, depending on the perspective and perception style. If an employee leaves their jobs in order to get a better position, the intention to leave is positive, but it creates a loss from the point of view of organizations and is seen as negative. Therefore, the elements that cause the employee to quit their job on their own free will, contains material and spiritual negatives, and leads thus to the intention of leaving their current position. This must be foreseen by the organizations in a timely manner and the necessary measures must be taken.

The aim of this study is to determine the effect of workplace politeness on employee social loafing behavior and the intention of leaving work in a company that has factories in Turkey and Italy. Sample of the research: it will consist of employees and managers of a company that has factories in Turkey and Italy, operates in the automotive industry, the metal sector. In the study aimed at determining the effect of workplace politeness on social loafing behavior and the intention to leave work, the survey technique will be used as a data collection method. In order to make analyses in line with the purpose of the research, scales adapted to Turkish and Italian will be used in the creation of survey forms taken from foreign literature.

Keywords: Workplace Politeness, Social Loafing Behavior, Intention to Leave Work

Covid 19 Pandemisi'nin İran'ın Kentsel Yaşamına Etkisi: Olağan Alışveriş Kentlerinden Kriz Kentlerine Dönüşümün Kısa Hikâyesi

PhD. Cand. Mortaza Chaychi SEMSARI

alichaychi79@gmail.com

Istanbul University

ORCID ID: 0000-0001-6639-8945

Assoc. Prof. Dr. Sevim BUDAK

sebudak@istanbul.edu.tr

Istanbul University

ORCID ID: 0000-0003-4943-3184

ÖZET

Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid 19 pandemisinde en erken ve kayıplarıyla da en çok etkilenen ülkelerden biri olan komşumuz İran'ın kriz ortamındaki reflekslerini, kent yönetimi, kent ekonomisi, kent halkı ve onların yönetim ve yaşam pratikleri üzerinden anlamaya ve analiz etmeye yönelik olarak bir çalışma yapılması planlanmaktadır. Hazırlanacak bildiride İran'daki olağan kentsel yaşam anlatılacak sonra iki önemli kent Tahran ve Tebriz üzerinden kent ekonomisinde önemli bir payı olan alışveriş merkezlerinin neo liberal politikalarla etkilenmek suretiyle nasıl gelişim ve dönüşüm geçirdiğine kısaca değinilecektir. Tarihi ve eski alışveriş tarzının mı yoksa yeni tip klimalı ve kapalı alışveriş tarzının mı salgın krizini derinleştirdiğine bakılacak, İran kentlerindeki gündelik yaşamdan ve eski yeni AVM'lerden karelerle bildiri zenginleştirilecektir. İki kentin pandemi sürecinde özellikle alışveriş merkezleri üzerinden analiziyle salgın hastalıkların hızlı yayılması karşısında kent ekonomisinin mi yoksa kent halkının mı daha önemli olduğuna karar verme noktasında kent yönetimlerinin tutumu irdelenecektir. Salgınlar, acil durumlar, afetler olağan kentleri nasıl kriz kentlerine dönüştürüyor sorusuna yönelik yeni ve ilginç analizler geliştirilmek suretiyle İran'da "Pandemi Krizi" incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Alışveriş Merkezleri, Covid-19, İran, Kentsel Yaşam, Kriz Kenti

The Effect of "Covid 19 Pandemic" on Iran's Urban Life: The Transformation from Ordinary Shopping Cities to Crisis Cities

ABSTRACT

This study aims understanding and analyzing the reflexes of our neighbor, Iran, which is one of the countries most affected by the Covid 19 pandemic, which affected the whole world, at the earliest and most with its losses, through urban management, urban economy, urban people and their management and life practices. is planned. In the paper to be prepared, ordinary urban life in Iran will be explained, and then, through the two important cities Tehran and Tabriz, the development and transformation of the shopping centers, which have an important share in the city's economy, will be briefly mentioned. It will be examined whether the historical and old shopping style or the new type of air-conditioned and closed shopping style deepens the epidemic crisis, and the declaration will be enriched with frames from the daily life in Iranian cities and old new shopping malls. During the pandemic process of the two cities, the attitude of the city administrations to decide whether the urban economy or the people of the city is more important in the face of the rapid spread of epidemic diseases will be examined, especially through shopping centers. The "Pandemic Crisis" in Iran will be examined by developing new and interesting analyzes on the question of how epidemics, emergencies, disasters turn ordinary cities into crisis cities.

Keywords: Shopping Centers, Covid-19, Iran, Urban Life, Crisis City

Büyük Veri ve Sosyal Ağ Analizi

Lecturer Fehmi Skender

International Vizyon University
fehmi.skender@vizyon.edu.mk

Lecturer Ilker ALİ

International Vizyon University
ilker@vizyon.edu.mk

ÖZET

Modern dünyanın iletişim çeşitlerinin artışı ve gelişimi sadece uzmanların tartışacağı konulardan değildir. Çağdaş iletişimin iyice kullanabilen başarı ve yüksek performans gösteren dünyadaki bir sürü devlet makamları, şirketler ve farklı işletmeler yanısıra bireylere kadar indirilmiş bir mevzu olmayı başarmıştır. Dijital dünyada verinin bilgiye dönüşüm ile sağlam bilgi kaynakları oluşturulmuştur. Dijital veri kaynaklarının bir yandan paylaşımı ve gereken ulaşma zamanının minimuma indirilmesiyle diğer yandan her an iletişim ve benzer verilerini hacmini de artırmaktadır. Yeni ve en son zamanlarda yaygın olarak kullanılan Büyük Veri veya Big Data vazgeçilmez olmuştur.

Makalemiz Büyük Veri açısından, genel olarak çağdaş sosyetedeki faktörlerin reklam, iletişim, tanıtım yöntem ve araçları nitel ve nicel geniş olarak araştırılmıştır. Elde edilmiş olan sonuçlar açık kodlu veri madencilik araçları ile işlenmiş ve görselleştirilmiştir. Sosyal ağ veri miktarı büyük ölçüde Büyük Veri hacmini etkilemektedir. Veri miktarı oluşumundaki hızlı artışın temel nedenlerinden biri sosyal ağlar olduğunu bir daha da ispatlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Sosyal Ağı, İletişim Çeşitleri, Veri Madenciliği.

Big Data and Social Network Analysis

ABSTRACT

The increase and development of the communication types of the modern world is not only an issue that experts will discuss. A lot of state authorities, companies and different businesses in the world, which can use modern communication thoroughly, have succeeded in being a subject that has been reduced to individuals. With the transformation of data into information in the digital world, solid information resources have been created. By sharing digital data sources and minimizing the required access time, it also increases the volume of communication and similar data at all times. Big Data, or Big Data, which is new and has been widely used recently, has become indispensable.

In our article, in terms of Big Data, the advertising, communication, promotion methods and tools of the factors in the modern society in general were investigated qualitatively and quantitatively. The obtained results were processed and visualized with open-source data mining tools. The amount of social network data greatly affects the Big Data volume. It has been proved once again that one of the main reasons for the rapid increase in the amount of data is social networks.

Keywords: Internet, Social Network, Communication Types, Data Mining.

Responsibilities in Society and Corporate Roles in Focus of Respective Ethical Rules

Asst. Prof. Dr. Gerti DAJÇI

Tirana Business University College
gdajci@tbu.edu.al

Prof. Dr. Alba DUMI

Tirana Business University College
Vice Dean TBU University Tirana, Albania
alba.besi12@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of Customer Service Relationship (CSR) is to make managers of the companies, business consultants, academics and many non-profit governmental organizations aware on the social, environmental and ethical responsibilities of business. Companies are in business for profits and they need to be in accordance with the environment and other respective ethical rules. Often, companies increase their profits and image by contributing to society. Successful companies try to bring innovation to the marketplace, which facilitates their growth. Innovative and growing companies generate economic growth and employment, which, in turn, greatly improves people's lives and their perspective (Ahlstrom, 2010) . The concept of CSR is a relatively new phenomenon, which started in the early 1970's.

As companies have grown to understand the importance of CSR to them as an entity and to our society in general, the relationship between the company's and its stakeholders has evolved into an understanding of the importance of a comprehensive and meaningful CSR policy. The content of this paper will explore this relationship and the benefits that will accrue to all the parties involved in this partnership. The impact and benefits that CSR policies have on society; the environment; employees, the government regulation, and others related parties will be examined.

Keywords: Corporate Performance, Social Responsibility, Stakeholders

How Emotional Intelligence Curtails Occupational Stress: The Case of Tertiary Educators

Asst. Prof. Dr. Siham EL-KAFAFI

Arrows Research Consultancy Limited (ARCL)

selkafafi@gmail.com

Orcid: 0000-0002-5480-451X

ABSTRACT

An educator in any level of education is expected to wear several hats in his/her profession. Accordingly, the profession becomes challenging and highly demanding as the educator is expected to multi-task all the time not only during their daily activities, but also all through their professional career. On a daily bases, an educator is expected to prepare, plan, organise and disseminate lessons, develop assessments, mark assessments and exams besides managing administrative duties. Furthermore, an educator is expected to design and develop curricula, provide guidance and counselling to students, undertake research, guide research, provide other scholarly activities while planning and executing their own professional development pursuits. The current environment of the New Zealand education system has contributed to the increase of the educators' challenges due to an increase in workload, diversity of students in the classroom that require different tools of the trade in teaching; the emergence of new technologies in teaching and assessments (distance learning, blended learning, flipped classroom, eLearning); lower calibre of students due to their lack of language proficiency; decline of educational standards while requesting unreasonable demands from the educators via internal and external stakeholders.

While all those challenges are occurring at the educators' workplace, there is also the personal life complexities to deal with due to the social and economic changes happening around us globally. All these factors contribute towards the educator experiencing high levels of stress, resulting in burnout due to the high demands at the workplace and expectations of high performance and multi-tasking at the same time. Various research posits that there is an increase in the level of stress leading to burnout among the teaching profession due to the increase of the profession's complexity and exigencies these days.

The objective of this research paper is to investigate the factors contributing to stress at the workplace; explain the relation between emotion and stress in the workplace; illustrate how does stress impact on employee effectiveness, efficiency and job satisfaction; and finally provide a model of how to use 'emotional intelligence' to minimise stress at the workplace.

Keywords: Stress at The Workplace, Emotional Intelligence, Reflective Practice Model, Job Satisfaction and Education Field.

Azerbaijan-Turkey Military Strategic Cooperation in the Context of Regional Security

Assoc. Prof. Dr. Nafila RAHİMOVA

The Academy of Public Administration
under the President of the Republic of Azerbaijan
rmafile@gmail.com

ORCID: 0000-0001-7781-3294

ABSTRACT

This study explores the "special relations" between Azerbaijan and Turkey due to ethnic, cultural and historical factors, as well as reveals the factors that determine military cooperation between the two States. At the same time, the article analyzes the stages of military cooperation between Azerbaijan and Turkey, and the legal framework of this cooperation. In this context, the "Agreement between the Republic of Azerbaijan and the Republic of Turkey on strategic partnership and mutual assistance" of 2010 is of particular importance. This agreement, which contains a provision on collective security between the two States, contributed to the creation of a military-political union between Azerbaijan and Turkey. This study also investigates the activities of the High-Level Strategic Cooperation Council between the Republic of Azerbaijan and the Republic of Turkey. In addition, the study contains a part on cooperation in the military-technical sphere. In this context, cooperation with ASELSAN, ROKETSAN, etc. is considered. An extremely important issue of military cooperation is the conduct of joint military exercises, which is also explored in the article. The article attaches particular importance to the study of the political support and assistance provided by Turkey to Azerbaijan in 2020 during the liberation of the Azerbaijani territories occupied by Armenia.

Keywords: Azerbaijan, Turkey, Military Cooperation, Collective Security, Military Exercises, High-Level Strategic Cooperation Council

The Hydro-Political History of the First Indo-Nepal Koshi River Agreement (1954)

Souvik DASGUPTA

Presidency University, India

souvik.jio29@gmail.com

ABSTRACT

The cordial bilateral relation between India & Nepal dates from time immemorial. In recent times, a formal Treaty of Peace & Friendship was signed between Nepal & the then British India back in 1815. It was subsequently revised after Independence in 1950. Being two inherent neighbors, India & Nepal shares a large number of things between each other, not only in socio-political sphere but also in Geographical & Natural context. One such is the Hydrological resources particularly, the Himalayan River system. In this context we come across the Sapta Koshi River system. The Koshi, is the largest River of Nepal which originates in Tibet, then drain across Nepal and enters India near the Hanumangarh district in Bihar. 20 kms farther downstream, it joins River Ganga. It drains an area of 41,333 sq Km. in Nepal & that of about 20,400 sq. Km in India. The river is noted for its devastating effects of flood & soil erosion. Almost each & every year it used to cause massive destruction & loss of life & property, particularly in Bihar. Due to such devastative effects, it was sometimes called the “Sorrow of Bihar”. Considering such devastative nature, a scheme to check the river, to build a barrage on its course, became an utmost necessity. Here begins the Indo-Nepal Hydro-political negotiations centering the Koshi River System. In fact, historically the idea of controlling the Koshi was in discussion as early as 1897 in British India. The idea was repeatedly put forward many a times since then. However, due to various bilateral & political reasons it couldn’t be materialized. But then in the 1950s with some new changes in the political spectrum, the idea suddenly gained momentum & finally the first Indo-Nepal Koshi Agreement was signed in 1954. So, what made it possible? & why did it happened first of all? In this context, our following article would briefly attempt to evaluate & analyze about the possible factors that led to the formulation of the long pending Koshi Agreement between India & Nepal back in 1954.

Keywords: Sapta Koshi, Catchment Area, River Basin, Upper Riparian, Lower Riparian, Barrage, Irrigation, Flood Control, River Basin, Rana Oligarchy.

Azerbaijan - Turkey Relations: Main Dynamics in Bilateral Relations and Strategic Alliance Aspect

Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU
The Academy of Public Administration of Azerbaijan
m_hasanoglu@yahoo.com.tr
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3734-4045>

ABSTRACT

Turkey's relations with Azerbaijan are at a high strategic level. Less than a month later, on November 9, Turkey became the first state to recognize the Republic of Azerbaijan, which adopted an act of independence on October 18, 1991. Diplomatic relations between Turkey and Azerbaijan officially began on January 14, 1992. In modern geopolitical conditions, the strengthening and further expansion of relations with Turkey, a reliable strategic partner of Azerbaijan, is an important part of our country's foreign policy. In terms of the comprehensive development of bilateral economic relations, the measures taken since 1994 and the steps taken to improve the legal framework have laid the foundation for a special stage. In both countries, the first visit of the president-elect to the fraternal republic has become a tradition and a symbolic significance. Turkish-Azerbaijani bilateral relations serve to establish stability and peace in the region and do not pose a threat to any country. Turkish-Azerbaijani relations have always played a very important role for both countries and the region. Azerbaijan-Turkey brotherhood and their joint activities are a very important factor in the regional world. Azerbaijani-Turkish relations continue on international platforms. The two countries cooperate in the United Nations, the Organization for Security and Cooperation in Europe, the Council of Europe, the Black Sea Economic Cooperation Organization, the Turkish Council and the Organization of Islamic Cooperation. Common roots, unity of religion and language, as well as the presence of similar cultures, customs and traditions are the main factors contributing to this factor. Even if we look at history, we see that Azerbaijan and Turkey have always supported each other in their most complex and difficult times and have always demonstrated this support. Both high-ranking officials and statesmen of both countries have played an important role in strengthening relations between Azerbaijan and Turkey. The development of relations between the countries on the basis of mutual trust and confidence confirms the reality reflected in the expression "One nation, two states" to this day. Today, Turkey-Azerbaijan has a strategic partnership and relations are developing successfully in all areas. Azerbaijan has formed multi-sided relations web during the period after gaining independence. This relations web contains cultural, military, politic fields. In this article, relations between the two countries which have been developing rapidly every day are tried to be illuminated as objectively as possible. Turkey-Azerbaijan diplomatic relations have been shown to be how important in terms of ensuring social and economic development based on peace, security and cooperation in the South Caucasus region.

Keywords: Azerbaijan, Turkey, Strategic Partnership , Bilateral Relations, Foreign Policy.

Tarihsel Süreçte Dünyada ve Türkiye’de Reklamcılık Eğitimi

Dr. Kemal EKER

National Defense University

drkemaleker11@gmail.com

Orcid:0000-0003-1931-3480

ÖZET

Reklamcılık, Pazarlama biliminin gelişimi ve İletişim bilimiyle ortaklığından “Pazarlama İletişimi” kavramının doğuşu sonrası bir eğitim disiplini hâline gelmiştir. İletişim eğitimi, tarihsel süreç içinde ilk olarak gazetecilik eğitimi biçiminde ortaya çıkmıştır. İlk gazetecilik eğitimi ise 1908 yılında ABD’de Missouri Üniversitesinde başlamış ve reklamcılık bu okulda ders olarak işlenmiştir. Dünyada ilk reklamcılık lisans programı da yine aynı üniversitede 1915 yılında açılmıştır. Türkiye’de ise ilk olarak 1948 yılında Müderris Fehmi Yahya tarafından “İstanbul Özel Gazetecilik Okulu” açılmıştır. 1949 yılında da İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesine bağlı Gazetecilik Enstitüsü kurulmuştur. Bu okulun, basını sadece yazılı basın olarak ele alması ve kitle iletişim araçlarının tümünü kapsayacak bir eğitime ihtiyaç duyulması nedeniyle 1965’te Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi’nde Basın Yayın Yüksekokulu açılmıştır. 1987-1988 döneminden itibaren bu okullardaki Gazetecilik ve Halkla İlişkiler bölümü ayrılarak, “Gazetecilik” ve “Halkla İlişkiler ve Tanıtım” bölümleri kurulmuştur. “Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü” ders programlarına reklamcılıkla ilgili birçok ders konmuştur. 1992 yılında bu okullar İletişim Fakültelerine dönüştürülmüş; 1993’te de fakültelerdeki bölümlerin altına anabilim dalları yerleştirilmiştir. Bu kapsamda, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünün altına “Reklamcılık ve Tanıtım” anabilim dalı konmuştur. Türkiye’de lisans programı olarak ilk “Reklamcılık” bölümleri, 1999’da vakıf üniversitelerinde kurulmuştur. Devlet üniversitelerinden Anadolu Üniversitesi ise 2001-2002 yılında İletişim Sanatları Bölümünün ismini Reklamcılık ve Halkla İlişkiler olarak değiştirmiştir. İletişim alanında lisansüstü çalışmalar 1983-1984 döneminde İstanbul ve Marmara üniversitelerinde, ilk doktora programları da 1989-1990 döneminde Ankara Üniversitesinde açılmıştır. Bu çalışmada, reklamcılık eğitiminin tarihsel evrimi dünyadaki ve Türkiye’deki gelişmeler karşılaştırılarak ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Reklamcılık Eğitimi, Pazarlama İletişimi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım.

Advertising Education in the World and Turkey in Historical Context

ABSTRACT

Advertising has become an educational discipline after the emergence of the concept of "Marketing Communication" due to the development of Marketing and its partnership with Communication science. Communication education first emerged as journalism education in the historical context. The first journalism education started in the University of Missouri in the USA in 1908 and advertising was taught as a lesson in this school. Also, the first advertising undergraduate program in the world was established in 1915 at the same university. The first school in Turkey was “Istanbul Private School of Journalism” founded by Muderris Fehmi Yahya in 1948. In 1949, the Journalism Institute was established under the Faculty of Economics of Istanbul University. Due to the fact that this school treats press only as the written press and there is a need for an education that will cover all of the mass media, in 1965, the School of Press and Publishing was established within the Faculty of Political Sciences of Ankara University. Beginning from 1987-1988, the Journalism and Public Relations departments in these schools were separated and "Journalism" and "Public Relations and Publicity" departments were established. Many courses on advertising were included in the curricula of the "Public Relations and Publicity Department". In 1992, these schools were transformed into Communication Faculties; in 1993, departments were placed under departments in faculties. In this context, the department of "Advertising and Publicity" has been placed under the Public Relations and Publicity section. In Turkey, the first "Advertising" degree programs, was established in 1999 by foundation universities. Anadolu University, one of the state university, changed the name of the Department of Communication Arts as Advertising and Public Relations in 2001-2002. Postgraduate studies in the field of communication were initiated in Istanbul and Marmara universities in the period 1983-1984, and the first doctoral programs in Ankara University in the period 1989-1990. In this study, the historical evolution of advertising education is discussed by comparing the developments in Turkey and in the world.

Key Words: Advertising Education, Marketing Communication, Public Relations and Publicity.

State Constitutional Control

Khatai SALMANOV

Academy of Public Administration under the
President of the Republic of Azerbaijan
salmanovxetai3@gmail.com
Orcid: 0000-0002-1775-6811

ABSTRACT

The system of state constitutional control is a legal system that combines processes such as protecting the rights and freedoms, legitimate interests of citizens, ensuring the rule of law, the effectiveness of normative acts, decisions and compliance with constitutional requirements, eliminating gaps and contradictions in the legislation, lawful functioning of state bodies and their officials, and etc. One of the main purposes of constitutional control is to resolve controversial issues between the subjects within the legal framework.

Constitutional control, located at the center of the state's legal control system, is carried out in abstract, concrete, individual or collective forms. State constitutional control is a chain mechanism consisting of the object, subject, matter, methods and principles of control.

Constitutional control is one of the most effective forms of regulating the legal activities of state executive bodies. In modern times, state constitutional control is considered one of the necessary conditions of a democratic state governed by the rule of law. For this reason, each state pays special attention to the proper, transparent formation and implementation of the constitutional control mechanism.

Keywords: Constitution, Administration, Control, State, Law

The Cultural Determinants of Entrepreneurship: Evidence from the GLOBE Project

Mr. Julián Andres Díaz Tautiva

Universidad Del Desarrollo
juldiazt@udd.cl
Orcid: 0000-0002-9808-3179

Ms. Camila Barragán

Universidad Nacional de Colombia
cpbarraganr@unal.edu.co
Orcid: 0000-0002-3830-5091

Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere

Università di Foggia
luigi.cavaliere@gmail.com
Orcid: 0000-0003-3169-567X

ABSTRACT

Purpose: Given the lack of empirical findings regarding the cultural effect in the new business creation this research aim is to determine how the national cultural determinants influence the entrepreneurial activity.

Design/ Methodology/ Approach: Consistent with previous research; this research question is analyzed using a panel data model. This article is based on a sample of 52 countries for eleven years, from 2008 to 2018. Using the TEA (Total Entrepreneurial Activity) from the Global Entrepreneurship Monitor, data from the GEI (Global Entrepreneurship Index) which includes indexes from attitudes, abilities and aspiration and data from the GLOBE project.

Research Implications: This research contributes to closing the gap in the current literature on the cultural effect on the creation of new companies, allowing us to know the cultural aspects that have the greatest influence, both positive and negative, in the creation of new companies, taking into account their level of development.

Originality/ Value: This study shows the relationship between the culture measured in the GLOBE project and the entrepreneurial activity of the Global Entrepreneurship Monitor data.

Keywords: Culture, Entrepreneurial Activity, Total Entrepreneurial Activity.

Features of Intellectual Property Commercialization Enterprises in Modern Conditions of Development of World Economic Relations

Asst. Prof. Dr. G.B. BERMUKHAMEDOVA

Yessenov University, Kazakhstan
galiya.bermukhamedova@yu.edu.kz
Orcid:0000-0003-3420-4979

Sutbayeva RAIKHAN

Yessenov University, Kazakhstan
raikhan.sutbayeva@yu.edu.kz
Orcid: 0000-0001-5913-1038

Kashiyev ROMAN

Master student, Kazakhstan, Yessenov University
729-0901@sud.kz

ABSTRACT

The commercialization of intellectual property can be carried out in the form of its application for the needs of its own production. Enterprises often seek to protect themselves from «piracy» and illegal use of their own intellectual property results by protecting them. In addition, many entrepreneurs believe that innovations aimed at developing their own business are the most powerful tool for commercial success since they allow them to support high positions in the market, maintain the competitiveness of products, strengthen business reputation. Personal use of your own intellectual products allows you to maintain a monopoly on the implementation of innovative products. The article deals with topical issues of commercialization of intellectual property objects as a factor of activation of innovative activity of industrial enterprises. Currently, these tasks are largely influenced by the processes of both global and sub-regional economic integration of countries, in which Kazakhstan is inevitably involved. The author shows that under the conditions of using such a tool of industrial cooperation of the EAEU Member States as a value chain, it is extremely important to activate the processes of evaluation and commercialization of intellectual property objects in order to obtain the maximum possible benefit from the implementation of the value chain.

Keywords: The Object of Intellectual Property, Commercialization, Involvement in Economic Turnover, Global and Sub-regional Interstate Integration Processes, Principles of Rational Inclusion of Enterprises in the Value Chain

The Effectiveness of Pension Fund Reform in Georgia

Prof. Dr. Tea Kbiltsetskhlashvili

International Black Sea University, Tbilisi/Georgia
tea@ibsu.edu.ge

ABSTRACT

The pension fund system represents the essential part of the economic policy. Moreover, it defines the social and political stability and future the development of the state economies. By other words, the simple objective of the pension system is to pay pensions to workers in their old ages and to protect elderly against the risk of poverty. As Pension fund system is a cornerstone of countries economy, policymakers across the globe are still discussing about universal effective pension fund systems and struggling to implement and fit it to the country's economy demography and financial system. From this point the main objective of this research topic was to test the effectiveness of new pension system reform in Georgia. It focuses on whether the reform will have positive effects on tackling poverty among elderly and bring to Georgian people real prosperity. Despite of the central government announcement that the new system of accumulative pension was successfully adopted in the country, there are still hot debates and discussions in Georgian society including its fairness and effectiveness, which indicates the lack their awareness and involvement in this process. The main aim of this paper is to analyze exciting pension fund reform in order to give people a clear understanding of reform. In the presented research, there is discussed the introduction and development reform of the pension system in Georgia. International experience is also analyzed on the example of other countries, specifically Armenia, Azerbaijan Estonia and Latvia. It also discusses the characteristic aspects of the pension model introduced in Georgia. Finally, paper also include Social research specifically opinion of Georgian people about the new pension systems.

Keywords: Pension Fund, Economy, Society Benefit, Government

Social Entrepreneurship and Sustainable Performance of Non-Governmental Organizations (NGO) in Nigeria

Prof. Dr. Muhammad Sanusi MAGAJI

Maryam Abacha American University of Niger Republic
msmagaji@gmail.com

ABSTRACT

Social entrepreneurship is still in its infancy compared to other areas of management research. This study offers a critical literature review on the dimensions of social entrepreneurship such as Social Innovation, Earned income and Democratic Governance. The study also examines the relationship between social entrepreneurship and sustainable performance of non-governmental organizations (NGO's) in Nigeria. It is envisioned that the study will provide deeper understanding of the relationship between social entrepreneurship dimensions and sustainable performance of NGO's in Nigeria. Finally, further research directions where also provided.

Keywords: Social Entrepreneurship, Nigeria

Genetic Variability, Association and Diversity Study Among the Sunflower Genotypes at Seedling Stage Based on Different Morpho-Physiological Parameters Under Polyethylene Glycol Induced Stress

Uzma AYAZ

The University of Poonch Rawalakot

uzma_ayaz89@hotmail.com

MN: +923089398015

ABSTRACT

Drought stress directly affects growth along with productivity of plants by altering plant water status. Sunflower (*Helianthus annuus* L.) an oilseed crop, is adversely affected by a biotic stresses. The present study was carried out to study the genetic variability and diversity among the sunflower genotypes at seedling stage based on different morpho-physiological parameters under Polyethylene Glycol (PEG) induced stress. A total of twenty-seven genotypes, including two hybrids, eight advanced hatches and seven sunflower inserts, were tested in polyethylene glycol during germination and seedling stages. Correlation and principal component analysis confirmed that germination percentage, root length, proline content, shoot length, chlorophyll content, Stomatal density and survival percentage were positively correlated with each other; these traits were responsible for most variation between genotypes.

Keywords: Sunflower, Drought, Stress, Polyethylene Glycol

E-Accounting Practices on Business Performance

Dr. Ahmed Eltweri

Liverpool John Moores University

ahmed.eltweri@gmail.com

Orcid: 0000-0002-5253-5678

Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere

Università di Foggia

luigi.cavaliere@gmail.com

Orcid: 0000-0003-3169-567X

ABSTRACT

In view of the poor technological infrastructure in the vast majority of developing countries, and to achieve the businesses desire, it is vital for a business to have access to accurate and up-to-date accounting information. Furthermore, a significant part of accounting plays' in operating an organization. Therefore, a business must track financial information that relates to its business activities. The said accounting information technology refers to the accounting software that employed to keep the accounting information available to support businesses make day-to-day decisions. This paper is a qualitative research based on a literature review systematically matched with current evidence and findings. Hence, this study aims to explore the impact of e-accounting practices on businesses performance in emerging countries.

Keywords: Accounting Information System, E-accounting, Technology, Performance, Emerging Economies

The Impact of IFRS Adoption as Control Variable on the Stock Market-Growth Nexus: Model Countries Germany and Poland

Assoc. Prof. Dr. Ergin AKALPLER

Cyprus West University
e.akalpler@cwu.edu.tr
Orcid: 0000-0002-9547-7842

Dr. Hariem ABDULLAH

University of Sulaimani
Cihan University- Sulaimani
hariem.abdullah@univsul.edu.iq
Orcid: 0000-0003-0333-6338

ABSTRACT

The purpose of this paper is to investigate the theoretical association between stock market development and economic growth before and after the adoption of international financial reporting standards (IFRS) as control variable, in 2005 in Europe. In this study, quantitative research is considered for Germany and Poland over the period 1993-2016, which means that the relationship between the rate of economic growth as dependent variables and financial development level, real GDP per capita and gross investment as independent variables. In order to achieve the objectives of the study, Autoregressive Distribution lag (ARDL) and ECM model are considered. The findings suggest that stock market development has affected economic growth in both sample countries of Germany and Poland, but with different degrees of impact. In addition, the relationships have been moderated by the 2005 mandatory adoption of IFRS in the stock markets of the two countries; however, the effects vary across countries.

Keywords: Stock Market Development, Economic Growth, and IFRS Codes

Managing Healthcare Organizational Change During Uncertainty Perspective of Covid-19: Managing Perceptions Through Effective Communication

Asst. Prof. Dr. Ali AHMAD

University of the West of Scotland, United Kingdom
ahmad_rubel@yahoo.com
Orcid: 0000-0002-8045-9860

Kerim KARADAL

Uludag University, Turkey
kerimkaradal@gmail.com
Orcid: 0000-0002-3891-8429

Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY

University of Suffolk, United Kingdom
nipdev@hotmail.co.uk
Orcid: 0000-0002-3117-3997

ABSTRACT

The study aims to identify the factors that facilitate managing healthcare organisational change during uncertainty-perspective of covid-19. There are still misunderstanding about the process of change management by employees which identified employees' perception. In this research, it has been examined that the role of communications for managing employee's perception during change in the healthcare organizations. Firstly, a mixed method approach used in this research study to identify the factors that facilitate healthcare organisational change during uncertainty. Data collection was semi-structured interviews with purposive sampling to select respondents which included top executives, human resource managers, CEOs and line managers. Clustered probability sampling method has been carried out for the questionnaire survey and analysed the data with computer software SPSS. The result showed that the specific change related uncertainties can be best addressed by different sources of communication. Furthermore, findings indicated that the trust plays a crucial role for creating a positive perception through effective change related communication. The results also indicated that the employees who perceived they received quality change communication reported being more open toward the change during uncertainty. In addition, a model (Five step model) was developed to link as a facilitator with uncertainty and manage change successfully.

Keywords: Uncertainty, Organizational Change, Healthcare, Communication, Covid-19.

Girişimcilikte Fonlama Sorununa Yeni Bir Çözüm Önerisi: Kitlese Fonlamanın Olumlu ve Olumsuz Yönleri Üzerine Bir İnceleme

Lecturer Artür Yetvart MUMCU

Marmara University
arturmumcu@hotmail.com
Orcid: 0000-0002-2276-0145

Prof. Dr. Göksel ATAMAN

Marmara University
gataman@marmara.edu.tr
Orcid:0000-0003-3234-7490

ÖZET

Girişimcilikte aşılması en güç zorluklardan biri olan girişim sermayesinin temini için günümüz teknolojilerinin sağladığı imkânların da yardımıyla alternatif çözümler geliştirilmektedir. Son 10 yıldır ülkemizde de kullanılmaya başlanan Kitlese Fonlama da, bu alternatif fon temin sistemlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülke ekonomileri ve toplumların refah seviyesi için önemli bir unsur olan işletmelerin, kurulum aşamasında ihtiyaç duydukları fonun kitlelerden toplanması yöntemi ile uygulanan Kitlese Fonlama, yazında da araştırmalara konu olmaktadır. Bu araştırmalar birçok farklı teoriler, yöntemler ve farklı kültürler çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Yazında yer alan bu eserlerin ortak yönlerine odaklanılarak Kitlese Fonlama için bir kavramsal çerçeve oluşturulmasına katkı sağlamak, araştırmamızın öncelikli amacını oluşturmuştur. Çalışmamızda Kitlese Fonlama ile ilgili temel kaynak olarak ele alınan başlıca çalışmalardan oluşan ve Türkiye’ de yayınlanmış 32, Uluslararası ise 62 araştırma içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu inceleme sonucu Kitlese Fonlama’ nın olumlu ve olumsuz yönleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Kitlese Fonlama’ nın sosyal ve ekonomik birçok girişimin hayata geçirilmesine olanak sağlamasına rağmen, girişimci adayları olan proje yaratıcılarının fonun toplanması veya sonraki süreçlerde birçok farklı sorunla karşılaşabildikleri tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda, sistemin güven unsuru üzerinden çalışabildiği, yasal düzenlemeler ve uluslararası standartların da zaman içerisinde ortaya konularak bu risklerin azaltılabileceği görüşü doğmuştur. Konuyla ilgili araştırmaların birçok farklı ülkede gerçekleştirilmiş olması, kültürel farklılıkların ortaya konulması hususunda kısıtlar oluşturmuştur. Bu alandaki yerel çalışmaların Türkiye’de artması ve bugüne kadar keşifsel yöntemlerin kullanıldığı araştırmaların nicel yöntemlerle desteklenmesi, Kitlese Fonlama’ nın kavramsal çerçevesinin geliştirilmesine katkı sağlayabilecektir. Ayrıca bilimsel araştırmaların yanı sıra hukuki altyapının da gelişmesiyle Kitlese Fonlama’ nın daha güvenilir ve yaygın bir kullanım alanına sahip olması sağlanabilecektir. Kitlese Fonlama sisteminin gelişmesi ve projelerin başarıya ulaşabilmesi için gerekli hususların aydınlatılması amacıyla araştırmamız Sinyal Teorisi çerçevesinde ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kitlese Fonlama, Finans, Kovid-19.

A New Solution to the Funding Problem in Entrepreneurship: A Study on the Pros and Cons of Crowdfunding

ABSTRACT

Alternative solutions are developed with the help of the opportunities provided by today’s technologies for the provision of venture capital, which is one of the most difficult challenges in entrepreneurship. Crowdfunding, which has been used in our country for the last 10 years, is one of these alternative fund supply systems. Crowdfunding, which is an important element for the welfare of the countries’ economies and societies, is applied by collecting the funds needed by the enterprises during the establishment phase, and has become the subject of research in the literature. These researches have been carried out within the framework of many different theories, methods and different cultures. Contributing to the creation of a conceptual framework for Crowdfunding by focusing on the common aspects of these researches in the literature has been the primary goal of our research. In our study, 33 researches from Turkey and 62 international researches considered as the main source of Crowdfunding funding, was examined by content analysis. As a result of this examination, the positive and

negative aspects of Crowdfunding was revealed. Although Crowdfunding enables the realization of many social and economic initiatives, it was determined that project creators who are entrepreneur candidates may encounter many different problems in the collection of funds or in the following processes. As a result of the research, it was concluded that the system can operate on the basis of trust, and the risks can be reduced by introducing legal regulations and international standards over time. The fact that researches on the subject have been conducted in many different countries created restrictions on revealing cultural differences. An increase in the number of local studies in Turkey and supporting the studies that have been using heuristic methods so far with quantitative methods, will contribute to the development of the conceptual framework of Crowd Funding. In addition, with the development of the legal infrastructure as well as scientific research, it will be possible for Crowdfunding to have a more reliable and widespread use area. Our research has been handled within the framework of signal Theory in order to illuminate the necessary issues for the development Our research has been handled within the framework of Signal Theory in order to illuminate the necessary issues for the development of the Crowdfunding system and the success of the projects.

Keywords: Entrepreneurship, Crowdfunding, Finance, Covid-19.

Bir İletişim Aracı Olarak Hayat Ağacı Sembolü

Lect. Fatma KÜÇÜK AK

Aksaray University
fatma__kucuk@hotmail.com
Orcid: 0000-0002-1979-1995

Asst. Prof. Dr. Menekşe ŞAHİN KARADAL

Bolu Abant İzzet Baysal University
meneksesahin@gmail.com
Orcid: 0000-0002-9711-173X

ÖZET

Sanat insanın fikir ve duygularını, kendisini ifade etme biçimidir. Her devir her medeniyet başka türlü duyar ve başka türlü ifade eder. İnsanın var olduğu günden beri var olan sanat, bazen Fransa'daki bir mağarada el izleriyle bazen de Göbeklitepe'de mimari bir yapıyla karşımıza çıkar. Sanat, geçmişten günümüze bireyler arasında iletişimi sağlayan ve bireyleri özgürleştiren bir araçtır. Söz konusu iletişim, yaşanan çağın paralellğinde gelişme de iptidai dönemlerden itibaren toplumlar doğadan esinlenerek bazı ifade yöntemleri geliştirmişlerdir. Doğa, coğrafi şekilleri, iklim farklılıkları ile insan yaşamını etkileyerek toplumlarda kültür kavramının olgunlaşmasını sağlamıştır. Norm ve kurallar, maddi unsurlar, fikir ve duygulardan oluşan kültür aynı zamanda sembolleri de içeren bir bütündür. Kültür kavramının içerisinde doğa önemli bir yer tutmaktadır. Doğanın insan yaşamındaki kaçınılmaz etkisi kültürel öğelerde kendini gösterir.

Estetik görünüşleri ve farklı türleriyle tarih boyunca insanların dikkatini çeken ağaçlar, toplumların ifade biçimi olarak karşımıza çıkar. Her toplum çeşitli görünüşteki ağaçlara farklı anlamlar yüklemiş ve stilize yorumlarla resmetmiştir. Bu ağaçlardan benimsenerek çokça resmedilen selvi ağacıdır ki bu hayat ağacı sembolü olarak karşımıza çıkmaktadır. Hayat ağacı sembolü farklı kültürlerde yer alan ve bu kültürlerin betimlemelerinde ortak özelliklerle anlatılan bir unsurdur. Göç, savaş, barış, ticaret, düğün ve inanışlar toplumların kültürel etkileşimini sağlamış, bu etkileşim sonucu hayat ağacı sembolü çeşitlenmiş ve Türk sanatında başat unsur haline almıştır. İnanışlarda, varlığın devamlılığı açısından da yaşamsal bir değer olarak betimlenir. Hayat ağacına yüklenen anlamlar oldukça zengindir. Bu çalışmada hayat ağacı sembolünün iletişim aracı olarak kullanılış biçimleriyle ilgili literatür taraması yapılmış, konu sanat yapıtlarından örneklerle desteklenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Hayat Ağacı, Kültür, Sembol, Sanat.

The Tree Of Life Symbol As a Communication Tool

ABSTRACT

Art is the way people express their ideas and sensations, themselves. Every age every civilization expresses it differently. Art, which has existed since the day man existed, sometimes appears with handprints in a cave in France and sometimes with an architectural structure in Göbeklitepe. Art is a tool that enables communication and liberates individuals from past to present. Although the communication in question develops in parallel with the age we live in, societies have developed some expression methods inspired by nature since primitive periods. Nature has enabled the concept of culture to mature in societies by affecting human life with its geographical forms, climate differences. Culture consisting of norms and rules, material elements, ideas and feelings is also a whole that includes symbols. Nature has an important place in the concept of culture. The inevitable effect of nature on human life manifests itself in cultural elements.

Throughout history, trees that have attracted the attention of people with their aesthetic appearance and different types appear as the expression of societies. Every society has attributed different meanings to various seeming trees and painted them with stylized interpretations. It is the cypress tree that has been adopted from these trees and depicted a lot, and this is the symbol of the tree of life. The symbol of the tree of life is an element that exists in different cultures and is described with common features in the descriptions of these cultures. Migration, war, peace, trade, weddings and beliefs provided cultural interaction of societies, as a result of this interaction, the symbol of the tree of life diversified and became the dominant element in Turkish art. In beliefs, it is described as a vital value in terms of the continuity of existence. The meanings attributed to the tree of life are very rich. In this study, a literature review has been made on the ways in which the symbol of the tree of life is used as a means of communication, and the subject is supported with examples of works of art.

Keywords: Communication, Tree of Life, Culture, Symbol, Art.

A Multimethod Approach to Develop Future dietitians' Competences in Community-Based Practice

Assoc. Prof. Dr. Elham A. ALJAALY
King Abdulaziz University, Jeddah, Saudi Arabia
ealjaaly@kau.edu.sa
Orcid: 0000-0002-0787-1875

ABSTRACT

Recognition of health and nutritional status of individuals in the community is essential for health care providers, whose goal is to improve community's health through preventing and managing diseases. Early training to practice dietetic profession in community settings throughout first cycle dietetic programs is important to develop learners with confidence and improve their competencies in the field of nutrition.

The purpose of this research paper is to enhance future dietitians' competencies of nutritional assessment in community settings using preschool children in specific concern, and by applying a multimethod approach. The participants chosen for this study are forty-three female future dietitians of King Abdulaziz University (KAU) Clinical Nutrition Program. Those female future dietitians were enrolled in the study in the academic year 2015-2016 to attend the Searching Evidence-Based Information (SEBI) Education and Training Intervention Program and are the registered juniors in the course assessment of nutrition status.

The research begins by explaining the role of the clinical dietitian and the health practitioners' patterns in assessing children's nutrition and growth as demonstrated in various studies in Saudi Arabia and around the world. This is followed by presenting the objective of the study, research study participants, research setting, study design, data collection phases, data analysis, and finally discussion of results and findings.

Keywords: Community Health, Future Dietitians' Competencies, Multimethod Approach, Clinical Nutrition, School Children Nutrition And Growth Patterns.

Fintech Companies, Opportunities, Corporate Governance and Regulations

Asst. Prof. Dr. Alessio Faccia

Coventry University, England

alessio.faccia@gmail.com

Orcid: 0000-0001-7231-6774

Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere

Università di Foggia, Italy

luigi.cavaliere@gmail.com

Orcid: 0000-0003-3169-567X

ABSTRACT

The combination of finance and technology, which has now given rise to the term Fintech, is characterized by significant and undoubted opportunities in terms of creating new business and the possibility of offering new financial products and applications to current and prospective customers. The recent WireCard scandal, however, has shown how companies operating in the sector can avoid controls and stringent requirements that characterize all financial institutions, such as banks, insurance companies. Regulators, in fact, struggle to change the laws in a timely manner, given the rapid evolution of the sector. The continuous start-up of new companies defined as fintech highlights the need to adapt regulations even more, given the systemic importance of payment systems and the trust of consumers and savers. This research is focused on assessing the adequacy of the current rules governing the financial sector, highlighting the critical issues in terms of requirements for which the activities carried out by Fintech companies can be included.

Keywords: Fintech Companies, WireCard, Opportunities, Corporate Governance and Regulations

Urban Historiography of Medieval Rajasthan

Shabir Ahmad PUNZOO

Aligarh Muslim University
shabirpunzoo99@gmail.com

ABSTRACT

A field of history that examines the historical nature of cities and towns and the Urbanization process is known as urban history. It is a well-established and flourishing field of historical research. In history, Urbanization is a recent trend and worldwide phenomenon. The scope of urban studies is wide, varied and fascinating. Urban studies pertaining to India have been growing rapidly in recent times and in case of Rajasthan state, enough work has been done by many historians and scholars. In the aforesaid study, an attempt has been made to discuss the Historiography of Medieval Rajasthan. The present study will also analyze how professional groups (Especially-Ironsmiths and Weavers) were instrumental in the acceleration of urban growth of medieval Rajasthan because the role of professional groups has not received sufficient attention of the historians and scholars.

Keywords: Historiography, Different Commodities, Iron Industry, Julaha, Luhar, Pattis, Textile Industry, Urbanization.

On the Systematic Approach to Updating the Intellectual Factor of the Innovation Economy

Dr. G.B. BERMUKHAMEDOVA

Yessenov University, Kazakhstan
galiya.bermukhamedova@yu.edu.kz
Orcid:0000-0003-3420-4979

Sutbayeva RAIKHAN

Yessenov University, Kazakhstan
raikhan.sutbayeva@yu.edu.kz
Orcid: 0000-0001-5913-1038

Alshyorazova AKNURUMIT

Practitioner Psychologist, Kazakhstan
aknurumit_888@mail.ru

ABSTRACT

The current content of the term "intellectual resources" is the result of scientific understanding of the socio-economic practice of the leading countries of the world. This concept accumulates the most important provisions of many theories that have received a powerful promotion since the mid-twentieth century: human capital, labor potential, knowledge economy, and other concepts of the formation of a post-industrial society – a society in which the structure of the economy, people's motivation, product distribution mechanisms, investment attraction, and management technologies are undergoing cardinal changes.

The scientific article raises questions of the need for a systematic approach to the goals and objectives of realizing the intellectual potential of Kazakhstan as one of the key factors, along with the classical factors of labor and capital, the factor of innovative development of the economy. The article analyzes the best practices of a number of advanced countries in this area – the United States, Japan, South Korea, France, as well as Finland's experience in updating the integration of the educational system into the innovative economy. Summarizing conclusions and recommendations for Kazakhstan's reforms in the field of economic diversification are presented.

Keywords: Intellectual Factor, System Approach to Innovation, World Experience of State Support of Science and R & D, Patent Activity, Legislative Base of Innovative Economy.

Kazakhstan, Shining Star of Geography of Central Asia in the 21st Century: Independence Process with Turkey and Emphasis on Petroleum Economics

Assoc. Prof. Dr. Elnur Hasan MIKAIL

Kafkas University
emikail@turansam.org
Orcid: 0000-0001-9574-4704

Asst. Prof. Dr. Hakan ÇORA

Istanbul Okan University
corahakan@gmail.com
Orcid: 0000-0001-5780-549X

ABSTRACT

After the 1917 revolution, the Kazakh government called Alaş Orda was established. The Red Army invaded Kazakhstan in 1920 and a Muhtar Soviet Republic was established in Oranburg. Later, Alma-Ata became the capital city. Nomads were forced to settle down in 1929. A large number of Russians and Ukrainians were settled in Kyrgyzstan. The Cossacks who opposed this were brutally massacred. With a new arrangement made in 1936, the Kazakh Autonomous region was turned into the Kazakhstan Soviet Socialist Republic. After glasnost movement in Russia in August 1991 and the disintegration of the former Soviet Republics, Kazakhstan's declaration of its independence has aroused a great impact in Turkey, a NATO country. Its effects are still observed in public and domestic politics as well as in foreign policy. In this process, the independence of the Turkish republics and especially Kazakhstan and its reflection on the Turkish public constitute an interesting topic. The dissolution of the Soviet Socialist Republic in 1991 marks the beginning of a new era in terms of both world political history and Eurasian political geography. Fifteen new states emerged suddenly, some of which were never independent actors of international politics in the modern period, in the wide area that was once centrally governed by Moscow in the geography of the dissolved USSR. These states, after gaining their independence, started to work on "building a nation suitable for their states".

As a part of building a new nation, Kazakhstan's oil industry has become one of the main elements of the country's economic security and independence. After the collapse of the Union of Soviet Socialist Republics, the oil industry took a priority in the economic development of the country in the transition process of Kazakhstan to a market economy. Kazakhstan's energy sector has undergone large-scale transformations after independence and has been significantly improved by the liberalization of the market and the regulation of the industry. Kazakhstan's large oil reserves and the positive developments in the world oil markets have also made the oil market the most promising sector in terms of the economic and industrial development of the country. Therefore, changes in the oil market, especially fluctuations in oil prices, greatly affect the economic development of the country.

In this framework, in this presentation, taking into account the historical and international dynamics in the post-Soviet period, the emphasis on nation-building efforts in Kazakhstan and the role of oil in its economy will be analyzed as a part of the process of becoming a shining star of the geography as we have reached the second decade of the 21st century.

Keywords: Shining Star of Central Asia, Kazakhstan, Central Asia, Turkish-Kazakhstan Relations

Rusya'nın Ermenistan-Azerbaycan Dağlık Karabağ Münakaşa Çözümüne Katılımı

Assoc. Prof. Dr. Leman QARAYEVA

Baku Slavyan University

karayeva@yahoo.com

Orcid: 0000-0001-8881-4866

ÖZET

Ermenistan-Azerbaycan sorununun çözümünde arabuluculuk, Avrupa'da Güvenlik ve İş birliği Konferansı (AGİK) çerçevesinde şubat 1992'de başladı. AGİK Dışişleri Bakanları Konseyi'nin 24 Mart 1992'de Helsinki'de yapılan ek toplantısında, barışçıl bir çözüm için bir forum sağlamak amacıyla Minsk'te Dağlık Karabağ üzerine bir konferans toplanmasına karar verildi. Şüphesiz, Dağlık Karabağ sorununun çözümünde başrolü Rusya üstleniyor. Rusya'nın barış sürecindeki bu rolü, bölgede meydana gelen olaylara tarihsel katılımı, çatışmanın taraflarıyla olumlu ilişkileri, sınırlarının yakınında öngörülemez gelişmelerden kaçınma arzusu gibi bir dizi faktörden kaynaklanmaktadır.

Rusya Federasyonu başkanı B.N. Yeltsin Eylül 1991'de çatışmayı çözmek için bir girişimde yaptı. Bugün Rusya, AGİT Minsk Konferansı'nın eşbaşkanlarından biridir. "Bu anlaşmazlığı çözmek için ana görev" almış bir kurumdur. Karabağ'daki son olaylar (işgal altındaki Azerbaycan topraklarının kurtuluşu), Rusya'nın ateşkese direkt olarak katılımıyla da damgasını vurdu.

Böylece, "Rusya'nın aktif arabuluculuğuyla, çatışan taraflar arasında farklı düzeylerde yapılan çeşitli müzakereler sonucunda bir dizi anlaşmaya varıldı: 23 Eylül 1991 tarihli "Jelesnovodsk bildirisi"; Şubat 1994'te kabul edilen "Moskova Protokolü"; 9 Mayıs 1994 tarihli "Bişkek Protokolü" ve 12 Mayıs 1994 tarihli "Ateşkes Anlaşması" ve Azerbaycan, Rusya Federasyonu Cumhuriyeti Başbakanları ve Ermenistan başbakanı tarafından 10 Kasım 2020 tarihli üçlü ateşkes açıklaması.

Anahtar Kelimeler: Dağlık Karabağ, Minsk Konferansı, Rusya Federasyonu, Ateşkes Anlaşması.

Russia's participation in the settlement of the Armenian-Azerbaijani Nagorno-Karabakh Conflict

ABSTRACT

Mediation in the settlement of the Armenian-Azerbaijani conflict began in February 1992 within the framework of the Conference on Security and Cooperation in Europe (CSCE). At an additional meeting of the Council of Foreign Ministers of the CSCE, held on March 24, 1992 in Helsinki, it was decided to organize a conference in Minsk on Nagorno-Karabakh in order to provide a forum for negotiating a peaceful settlement. It should be noted that the first mediation initiative to resolve the conflict belongs to Russia. This role of Russia in the peace process is due to a number of factors - its historical involvement in the events taking place in the region, its positive relations with the parties to the conflict, its desire to avoid unpredictable developments near its borders. The Caucasus, as a region of the CIS, "is one of the priority areas of Russian foreign policy It was Russia that took part in the first serious attempt to resolve the conflict made in September 1991, being represented by the President of the Russian Federation B.N. Yeltsin. Today Russia is one of the co-chairs of the OSCE Minsk Conference. This is an institution that has received "the main mandate to resolve this conflict." The recent events in Karabakh (the liberation of the occupied Azerbaijani territories) were also marked by the direct participation of Russia in achieving a ceasefire.

So, "With the active mediation of Russia, as a result of various negotiations at different levels between the conflicting parties, a number of agreements were reached: "Zheleznovodsk Communiqué" of September 23, 1991; The "Moscow Protocol", adopted in February 1994; "Bishkek Protocol" of May 9, 1994, and the "Ceasefire Agreement" of May 12, 1994 ", as well as a tripartite statement on the ceasefire of the President of the Republic of Azerbaijan, the President of the Russian Federation and the Prime Minister of the Armenian Republic of November 10, 2020.

Keywords: Nagorno-Karabakh, Minsk Conference, Russian Federation, Ceasefire Agreement.

How Economic Freedom Affect the Business Creation Rate

Mr. Julián Andres Díaz TAUTIVA

Universidad Del Desarrollo

juldiazt@udd.cl

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9808-3179>

Ms. Camila BARRAGÁN

Universidad Nacional de Colombia

cpbarraganr@unal.edu.co

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3830-5091>

Mr. Luigi Pio Leonardo CAVALIERE

Università di Foggia

luigi.cavaliere@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3169-567X>

ABSTRACT

Purpose: Given the lack of longitudinal empirical findings on the effect of economic freedom on business activity, the objective of this research is to determine how economic freedom affects the rate of business creation.

Design / Methodology / Approach: consistent with previous research; this research question is analyzed using a panel data model. This article is based on a sample of 125 countries over eleven years, from 2008 to 2018. Using the IEF classification of The Heritage / Wall Street Journal that includes categories of international trade freedom, fiscal freedom, government freedom, monetary freedom, among others. As well as information from the Global Entrepreneurship Index (GEI), the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and the World Bank on GDP.

Research Implications: This research contributes to closing the gap in the current literature by determining causality using longitudinal analysis. And examine whether, and how, other dimensions of economic freedom affect the allocation of attention when deciding whether to act entrepreneurially.

Originality / Value: this study aims to determine how economic freedom affects the rate of business creation through a longitudinal analysis, which includes new dimensions of economic freedom, as well as information from the Global Entrepreneurship Index (GEI), the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and from the World Bank on GDP.

Keywords: Economic Freedom, Business Creation, Total Entrepreneurial Activity, Fiscal Freedom, Government Freedom.

Makedonya'nın İsim Sorunu ve Prespa Anlaşması

Bejtula ZIBEROVSKI

Uludag University

b.ziberovski@hotmail.com

Orcid:0000-0003-0352-4945

ÖZET

Soğuk Savaş sonrası Yugoslavya'nın parçalanması sonucunda 8 Eylül 1991 yılında bağımsızlığını kazanan Makedonya Cumhuriyeti tanıma konusunda Yunanistan ile yaşamıştır. Bu sorun nedeniyle Birleşmiş Milletlere (BM) üyeliği, 1992'de Eski Yugoslav Makedonya Cumhuriyeti (FYROM) adıyla gerçekleşmiştir. Makedonya Cumhuriyeti, bağımsızlığını kazandıktan sonra dış politikada Kuzey Atlantik Örgütü Antlaşması (NATO) ve Avrupa Birliği gibi uluslararası kuruluşların içerisinde yer almayı hedeflemiştir. Ancak Makedonya'nın AB ve NATO'ya üyeliğinin Yunanistan tarafından sürekli veto edilerek engellenmesi Makedonya'nın Yunanistan ile yaşanan sorunlarda tavizler vermesine neden olmaktadır. Bayrak şeklinin, Havaalanı isminin değiştirilmesi konusundaki kararları kabul eden Makedonya son süreçte de Makedonya Cumhuriyeti olan resmi adının Kuzey Makedonya olarak değiştirilmesi adımı olan Prespa Antlaşmasını imzalamıştır.

Anahtar Kelimeler: Makedonya, Yunanistan, İsim Sorunu, Balkanlar

Macedonia's Name Problem and Prespa Agreement

ABSTRACT

The Republic of Macedonia, which gained its independence on September 8, 1991 as a result of the disintegration of Yugoslavia after the Cold War, lived with Greece. In 1992, the former Yugoslav Republic of Macedonia (FYROM) became a member of United Nations. The Republic of Macedonia, after gaining its independence, aimed to be included in international organizations such as the North Atlantic Treaty (NATO) and European Union in foreign policy. However, the continuous veto of Macedonia's accession to the EU and NATO by Greece has caused Macedonia to make concessions in the problems with Greece. Macedonia has adopted the decision to change the name of the flag, the name of the Republic of Macedonia in last process, name of the Republic of Macedonia as the name of North Macedonia signed the Prespa Treaty.

Key Words: Macedonia, Greece, Name Problem, Balkans

Effects of COVID-19 Outbreak on Higher Education in Philippines: Obstacles, Opportunitites, and Threats

Asst. Prof. Dr. Macario G. GAYETA

University of the East Caloocan

Metro Manila, PHILIPPINES

doc.aiyo@gmail.com

Orcid: 0000-0001-8183-5234

ABSTRACT

Amid a global outbreak, the Commission on Higher Education (CHED) the Philippines has guided Covid-19 Disease Prevention Advisories in various state universities/colleges and private universities and colleges, including distance learning. Advisories set out in higher education orders should initiate e-learning, and other forms of learning, rather than face-to-face teaching. COVID-19 2. Advisory Directive on higher education should initiate e-learning, and other ways of learning, instead of face-to-face teaching. The CHED remained competitive and urodynamic to provide oversight and management in the continuing delivery of higher education to college students in the Philippines. This case study aims to understand how higher education institutions in the Philippines have survived the current challenge of acclimatizing education provisions in the era of pandemics. This paper is divided into three parts: the first section addresses the Commission's interventions in the Pandemic Age; the second part discusses the educational difficulties and opportunities for such learning losses; increased drop-out rates and children skipping the essential meal of the day and, lastly, it presents cyber-educational risks to the education system in the middle of the day. Conclusions and guidelines are also included in the case study.

Keywords: COVID-19 Outbreak, Higher Education, Philippines

Kırgız Mutfak Kültürünün Yaşayan Efsanesi: Taş – Kordo

Asst. Prof. Dr. Gülmira SAMATOVA

Kyrgyzstan-Turkey Manas University
gulmira.samatova@manas.edu.kg
ORCID: 0000-0002-7237-9510

Asst. Prof. Dr. Cemal İNCE

Kyrgyzstan-Turkey Manas University
cemal.ince@manas.edu.kg
ORCID: 0000-0003-2005-7090

Lecturer Nadira TURGANBAEVA

Kyrgyzstan-Turkey Manas University
nadira.turganbaeva@manas.edu.kg
ORCID: 0000-0002-7620-9236

ÖZET

Antik çağlardan beri mutfaklar insanların yaşam tarzına bağlı olarak gelişmiştir. Geleneksel Kırgız mutfak kültürü de Kırgızların kadim yaşam tarzıyla birlikte gelişmiştir. Bu nedenle Kırgız mutfak kültüründe kadim Kırgızların yaşam esintileri bugünde yaşamaktadır. Kırgız mutfak kültüründe avcılık, göçebelik, ziraat gibi kadim yaşamın izlerine rastlanabilir. Kırgız mutfak kültürünün temel maddi kaynağını et ve süt ürünleri oluşturmaktadır.

Geleneksel Kırgız mutfak kültürüne ait olan ve unutulmakta olan Taş- Kordo, son yıllarda tekrar popülerlik kazanmaya ve ziyafet sofralarında en önemli yemek olarak tercih edilmeye başlanmış kadim bir yiyecektir. Taş-Kordo tarihte avcılar ve çobanlar tarafından kırsal alanlarda hazırlanan bir et yemeğidir. Bu nedenle, doğal ortamlarda kuyularda ve taşlarda pişirilen bir et yemeğidir. Taş-Kordo geleneksel olarak üç pişirme yöntemiyle pişirilmektedir.

Birinci yöntemde; avlanan hayvanın kalın bağırsağı tencere vazifesi görmektedir. Bu amaçla kalın bağırsak yıkanmak suretiyle iyice temizlenir. Sonra parçalanmış etler parçalar halinde bağırsağa doldurulur. Üzerine su ilave edilir. Hazırlanmış olan bağırsak yere çakılmış olan ağaçlara iki ucundan asılır. Altına da ateşte kızdırılmış taşlar yerleştirilir. Soğuyan taşlar kızgın (sıcak) taşlar ile değiştirilir. Bu şekilde su kaynar ve et haşlanır. Bu şekilde et pişirme yöntemine Taş-borkok adı verilmektedir. Yudahin (1965) tarafından hazırlanan Kırgızca-Rusça sözlükte Taş-borkok pişirme yöntemi Taş-Kazan veya Taş-Kordo ismiyle anılmaktadır. Bu sözlükte Taş-Kordo; sıcak taşlarla pişirmek için at derisinden yapılan mutfak eşyası ve bu yöntemle pişirilmiş bir yemeğe verilen isim olarak ifade edilmektedir. Kadim Taş-Kordo pişirmede genellikle at derisi kazan olarak kullanılmaktadır. At derisinin içine barsağa doldurulmuş et parçaları ve su yerleştirilir. Bunun üzerine küçük sıcak taşlar yerleştirilir. Soğuyan taşlar sıcak taşlar ile değiştirilmek suretiyle su kaynatılır ve et kaynayan suyun içerisinde haşlama tekniğiyle pişirilir.

Taş-Kordo pişirmede kullanılan ikinci yöntemde ise, yaklaşık 1 metre derinliğinde ve 70 cm genişliği bir çukur hazırlanır. Çukurun duvarlarına taşlar yerleştirilir. Zeminde ise ateş yakılır. Avlanan bir hayvanın eti dağ sarımsağı ve tuzla marine edilir. Odun tamamen yanarak kömürleştiğinde, kalın barsağın içine doğranış et ve su doldurulur. Barsağın üzeri dallarla veya bir hayvanın (genellikle at derisi) ile sıkıca kapatılır. Sıcak taşların kaynattığı suyun buharı içinde kalır. Barsağın içersindeki etler bu şekilde 5-6 saat haşlanarak pişirilir.

Üçüncü yöntemde ise hazırlanmış olan et çubuğa asılır ve çukur içersindeki sıcak köz üzerine asılıp pişirilir. Bugün üçüncü yöntemle pişirme tekniği Türkiye'nin çeşitli illerinde kuyu kebabı ismiyle anılan pişirme tekniğiyle aynıdır.

Son yıllarda kadim Taş-Kordo yemeği üçüncü teknikle tekrar canlanmaya özel Taş-Kordo restoranlarında konuklara sunulmaya başlanmıştır.

Anahtar Kelimler: Kırgızistan, Mutfak Kültürü, Taş-Kordo

Living Legend of Kyrgyz Cuisine Culture: Tash – Kordo

ABSTRACT

Cuisines have developed depending on people's life style since the antique ages. Traditional Kyrgyz cuisine culture has also developed with Kyrgyz's archaic life style. Thus the archaic Kyrgyz's life breeze lives in Kyrgyz cuisine culture today. Traces of archaic life such as hunting, nomadism, agriculture can be found in Kyrgyz cuisine culture. Kyrgyz cuisine culture's main source consists of meat and dairy products.

Tash-Kordo which belongs to traditional Kyrgyz cuisine culture and is to be forgotten is an archaic dish which has started to gain its popularity again and to be preferred as the most important dish on the tuck-outs in recent years. Tash-Kordo is a meat dish which was made by the hunters and shepherds in rural areas in history. Thus it is a meat dish which is cooked in wells and on stones in natural environments. Tash-Kordo is traditionally cooked with three cooking methods.

On first method; the large intestine of animal which is hunted has a function of saucepan. For this purpose, the large intestine is properly cleaned by means of being washed. After that, the meats in pieces are filled into the intestine by the piece. Water is added onto it. The intestine which is prepared is hanged onto two sides of branches which are grounded. Stones which are heated on fire are put under intestine. Stones which get cold are changed with hot stones. So water boils and meat is boiled. Thus the meat cooking method is called Tash-borkok. Tash-borkok cooking method is mentioned as Tash-Kazan or Tash-Kordo on Kyrgyz-Russian dictionary which was prepared by Yudahin (1965). Tash-Kordo is stated as a name which is given to a kitchenware that is made of horse's skin in order to cook with hot stones and to a dish that is cooked with this method. The horse's skin is generally used as a boiler to cook archaic Tash-Kordo. Pieces of meat which are filled into the intestine and water are put into the horse's skin. Small hot stones are put onto it. Water is boiled by means that stones which get cold are changed with hot stones, and the meat is cooked by the boiling technique in boiling water.

On second method which is used in cooking Tash-Kordo, a hole at nearly 1 meter depth and 70-cm width is prepared. Stones are put onto wall of hole. A fire is built on ground. Meat of animal which is hunted is marinated with wild garlic and salt. When the wood is burnt out wholly, the meat in pieces and water are filled into the large intestine. Branch or an animal's skin (generally a horse's skin) is used to cover tightly the intestine's upper side. Steam of water which is boiled by hot water remains its inner side. Meats are boiled and cooked in the intestine by this way for 5-6 hours.

On third method, the meat which is prepared is hanged onto the stick, and it is cooked onto hot ember in hole. Cooking technique with third method is The same with cooking method that is named as meat cooked underground pit oven in various cities of Turkey.

In recent years, archaic Tash-Kordo dish has started to come to be seen again with third technique and presented to guests at special Tash-Kordon restaurants

Key Words: Kirgizistan, Cuisine Culture, Tash-Kordo

Eser Sahibinin Manevî Haklarından Eseri Kamuya Sunma/Sunmama Hakkı

PhD Cand. Fatmira MULAJ

Hacettepe University
fatmira_92@hotmail.com
Orcid: 0000-0002-8059-2266

ÖZET

Bir fikir ve sanat ürününün 'eser' olarak kabul edilmesi için kanunda geçen eserlerden biri olması ve sahibinin özelliğini taşıması gerekmektedir. Sahibinin hususiyetinin hangi eserlerde mevcut olduğu konusunda farklı görüşler vardır. Doktrinde bulunan bir görüşe göre; sadece, bağımsız bir çalışmadan ortaya çıkan tüm fikirlerin ve sanat eserlerinin sahibinin özelliğini taşır. 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'umuzda eser sahibinin hakları, mali haklar ve manevî haklar olarak ikiye ayırmıştır. Bu çalışmanın amacı, eser sahibinin manevî haklarından biri olan eseri kamuya sunma hakkını incelemektir. Konu, Türk hukuk sisteminde yer alan düzenlemeler dahilinde anlatılacaktır. İlk olarak eser ve eser sahibi kavramları açıklanacak olup Fikir ve Sanat Eserleri Kanununa göre eser sahibinin hakları üzerinde durularak mali haklar ve manevî haklar genel olarak ele alınacaktır. Ardından eseri kamuya sunma hakkı eser sahibine sağladığı yetkilerinin çerçevesi çizilecektir. Umuma arz hakkı, Bern Sözleşmesi'nde bulunmadığı için birçok ülkede yürürlükte olan yasalarda da umuma arz hakkı yer almamaktadır. Dolayısıyla bazı devletlerde bu hakk mevcut olmadığı için makalemizde detaylı bir şekilde incelemeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Eser, Eser Sahibi, Eseri Kamuya Sunma/Sunmama Hakkı

One of the Moral Rights of the Author: The Right to Publish/not to Publish the Work

ABSTRACT

In order for an intellectual and artistic product to be accepted as a 'work', it must bear the characteristics of its owner and enter one of the types of work listed in the law. There are various opinions about what it means to have the characteristics of its owner. According to one view in the doctrine; however, all intellectual and artistic products created as a result of an independent work bear the characteristics of their owner. Law No. 5846 on Intellectual and Artistic Works (FSEK), has defined the rights of the owner of the work in a limited way by dividing them into two as financial rights and moral rights. The purpose of this study is to examine one of the moral rights of the owner of the work, the right to present the work to the public. The subject will be explained within the regulations in the Turkish legal system. Firstly, the concepts of work and owner of the work will be explained, and financial rights and moral rights will be discussed in general, focusing on the rights of the owner of the work according to the Law on Intellectual and Artistic Works. Then, the framework of the authorities granted to the owner of the work to present the work to the public will be outlined. Since the right to present the work to the public is not included in the Bern Convention, the laws in force in many countries do not include this right. Therefore, since this right does not exist in some states, our article will be examined in detail.

Keywords: Work, Author, The right to publish/not to publish the work

The Impact of the Decline in Crude Oil Price on Dirty Tanker Freight: A Price Bubble Approach

Res. Asst. Dr. Abdullah AÇIK

Dokuz Eylul University, Maritime Faculty

abdullah.acik@deu.edu.tr

Orcid: 0000-0003-4542-9831

ABSTRACT

Tanker ships are transportation vehicles of various sizes used in the transportation of crude oil and processed oil derivatives. As the demand for modes of transport depends on the demand for the product transported, the demand for tanker ships is also directly related to the demand for crude oil. Crude oil demand is mainly related to the economic activities of the countries and the crude oil price level. Tanker vessels are used not only to transport oil but also to store oil in some market conditions. In this respect, decreases in oil prices may cause an increase especially in the demand for using as storage facility. The record drop in oil at the beginning of 2020 may also have caused an increase in this demand. Since this increase may be an increase outside the general trend, it may appear as a price bubble in freight rates. In this context, in this study, the generalized sup augmented-Dickey-Fuller (GSADF) test was used to determine the price bubbles in the Baltic Dirty Tanker Index (BDTI) variable, which is the freight index of ships used in crude oil transportation. 100 data were used on a weekly basis covering the period between January 2019 and November 2020. According to the results obtained, it shows that the oil decrease caused a bubble in freight rates, but this bubble did not react suddenly to the drop and appeared after a certain period of time. It can be said that this situation was caused by the shortage in the number of available ships in the market, after the increasing demand for transportation and use as a storage facility for tanker ships.

Keywords: Tanker Shipping, Crude Oil, Price Bubble.

Corporate Governance Lesson to be Learned From Developed Countries

Dr. Ahmed Eltweri

Liverpool John Moores University

ahmed.eltweri@gmail.com

Orcid: 0000-0002-5253-5678

Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere

Università di Foggia

luigi.cavaliere@gmail.com

Orcid: 0000-0003-3169-567X

ABSTRACT

The continuous of corporates collapses around the world emphasizes developing rigorous corporate governance (CG) that have the ability to be reshaped periodically and accordingly to the new development both nationally and internationally. The major corporations' crises have revealed the weaknesses of that corporate governance which stressed the significant impact on the public, especially on the financial sector. The public calls for rigorous CG that handles matters as the top executives pay and the relationship between pays and performance. The paper examines the literature review systematically the actions taken by developed countries to tackle the corporates crises to straighten the CG. The originality of the paper would contribute to emerging economies to avoid challenges faced in developed countries.

Keywords: Corporate Governance, Executive Pay, Emerging Economies

An Exploratory Study of the Teachers' Awareness Regarding Dyspraxia at Secondary Level: A Study on Education Sector of Pakistan

Iqra AKRAM

Lahore College for Women University
iqaakram65@gmail.com

ABSTRACT

In this study, teachers' awareness of dyspraxia was examined. The field of dyspraxia / DCD has received little attention compared to other learning difficulties. Therefore, the main purpose of this study was to investigate teachers' level of awareness and understanding of dyspraxia symptoms and to evaluate teachers' perceptions of their ability to identify and manage students with dyspraxia in the classroom. For the collection of data a questionnaire was distributed among the target population. Using reliable and valid instruments, the study targeted a total sample of 400 teachers from 40 secondary schools of Lahore city of Pakistan.

Keywords: Dyspraxia, Education Sector, Pakistan

Finalization of Value Added Tax Changes in Kosovo in Accordance with EU Law

MSc. (PhD Cand.) Simeana BESHI

University "Ukshin Hoti" Prizren
simeana.beshi@uni-prizren.com

ABSTRACT

This paper summarizes the main changes to the Law on Value Added Tax in Kosovo in order to harmonize it with the legislation and practices of the European Union as a concept of action of our country taking into account the aspirations for European integration.

In Kosovo, the largest contribution of monetary revenues is provided by VAT collection. The paper will address the financial aspects through the analysis of the effects of the reduced VAT rate in Kosovo of 8% on customs revenues, local revenues, consumer prices and medicines. Also, the increase of the standard VAT rate from 16% to 18% and the effect on budget revenues as well as other changes in the Law on VAT that have affected businesses will be addressed.

The research methodology, which will be used in this paper is quantitative analysis. Some of the methods that will be used during this paper are: descriptive method, synthesis method and comparative method.

The purpose of this study is to evaluate the Value Added Tax (VAT) legislation in order to identify barriers to market competition and market integration arising from the non-harmonized provisions governing VAT on goods and services and which measures should be proposed for their harmonization.

Even though the VAT Law in Kosovo is mostly aligned with the VAT Directive, there are still some areas where complete alignment is missing with the EU Acquis because there is no mention of fraudulent activities in the VAT Law of Kosovo.

Keywords: VAT, Harmonization, European Integration

Concept of Nationhood and the Nationalist Politics of Gender: Reflection Through the Print Culture of Colonial Bengal

Neelashree Das GUPTA

M.Phil Scholar in Social Sciences,
Tata Institute of Social Sciences, Guwhati
neelashree.95@gmail.com

ABSTRACT

In the nineteenth century, the idea of the private sphere and public sphere was emerging not only in Bengal but in other parts of India as well which concentrated on the question of the key space of nationalist politics of gender. The idea of public space can be seen through the vernacular print culture and later in the nineteenth century broadened to the issues relating to family, kin-ship, and household, etc. Who were the audiences of these new vernacular printed journals? The audience was mostly the middle-class women who were being taught through these journals a number of things which included the duties of a good wife, and how to manage a home, even to some extent the journals gave detail information regarding what to prescribe if someone is suffering from Cholera, malaria, dysentery, etc.

A number of scholarly engagements can be found on this area which includes the work by Tanika Sarkar, in 'Hindu Wife, Hindu Nation: Community, Religion and Cultural Nationalism' notes that in the nineteenth century the middle-class context the public sphere remained integrally linked to the domestic issues which gendered a wide range of authors and readers. Sarkar also notes that 'Print revolutionized the reading habits and it penetrated into all sorts of times and spaces within everyday life.' Projit Bihari Mukharji in his book 'Nationalizing the Body: The Medical Market, Print and Daktari Medicine,' shows how the Britishers learned from the native doctors their methods of treatments along with the pre-existing methods of their own treatment. Steel and Gardiner gives a detailed account on the lives of the Anglo-Indian women and their behavior at home. The domestic or the private sphere debate is further highlighted by Partha Chatterjee in his work of 'The Nation and Its Fragments: Colonial and Post-Colonial Histories'.

Based on this understanding this paper tries to show how the idea of nationhood of Bengali middle-class women were associated with the andharmahal or the private space, contrastingly the idea of the nationhood of the Anglo-Indians were associated with bahirmahal or the outer space. This comparative study of the idea of nationhood had been depicted in the late nineteenth century the print culture of colonial Bengal. This paper is mainly based on some of the primary sources like consulting the archival documents of the home political files of the nineteenth and twentieth century, some newspaper reports like and literary texts.

Key words: Nation, Print Culture, Gender, Middle Class, Anglo- Indians etc.

Monetary Policy and Capital Flow Implications on Economic Growth in BRICS Countries

Assoc. Prof. Dr. Ergin AKALPLER

Cyprus West University

e.akalpler@cwu.edu.tr

Orcid: 0000-0002-9547-7842

ABSTRACT

This study investigates monetary policy and capital flow implications on economic growth in emerging economies so-called BRICS countries between 2001 and 2015.

The causality results revealed a unidirectional causality from foreign direct investment and broad money to total reserves, real GDP per capita and broad money to total reserves, broad money to total reserves and real interest rates as a percentage, foreign direct investment and commercial bank and another lending, total changes in external debt stock and commercial bank and another lending, foreign direct investments and real interest rates as a percentage, foreign direct investment and domestic credit provided by the financial sector and, domestic credit provided by the financial sector and real GDP per capita. A bidirectional causality holds for domestic credit provided by the financial sector and broad money to total reserves and, real interest rates as a percentage and commercial bank and another lending. The results suggest that policies should include restrictions on capital flows, targeted monetary policy for both money supply and interest rates, an external debt ceiling, broadening financial regulations, and domestic institutional strengthening.

Key words: Monetary Policy, Capital Flows, Causality, Fixed Effects, BRICS, Fragility.

Rusya Federasyonu'nda Bürokrasi

Asst. Prof. Dr. Bakko Mehmet BOZASLAN

Kutahya Dumlupınar University

mehmet.bozaslan@dpu.edu.tr

0000-0002-5789-9876

ÖZET

Rus bürokrasinin konu edinildiği bu çalışmada temel amaç, küreselleşme ve hızlı teknolojik değişimin yaşandığı 21. yüzyılda hantal ve iş göremez durumda olan Rus kamu bürokrasinin sorunlarını tespit etmek ve günümüze uygun çözüm önerileri getirmektir. Bu çerçevede, öncelikle bürokrasi kavramının tanımı ve kapsamı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra kamu bürokrasinin sorunları belirlenerek, belirlenen sorunlara çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır. Merkezîyetçilik, örgütsel büyüme, yönetimde gizlilik ve dışa kapalılık, yönetimde tutuculuk, kuralcılık ve sorumluluktan kaçınma, yönetimde siyasallaşma, rüşvet, yolsuzluk, kayırmacılık, aracılık ve verimsizlik gibi neredeyse Türk kamu bürokrasisinin sorunlarıyla birebir aynı sorunlara sahip olan Rus kamu bürokrasisi yakın gelecekte sahip olduğu bu sorunları çözebilecek gibi görünmemektedir. Zira 2000 yılından günümüze yaklaşık çeyrek asırdır Rusya Federasyonu'nda iktidarı tek başına elinde bulunduran ve her geçen gün iktidarını biraz daha kurumsallaştırmayı başaran Putin döneminde yeni bir bürokrat tipi ortaya çıkmıştır. Anayasa, yasa ve ilgili diğer hukuk metinlerinden ziyade Putin'in izlediği siyasete göre davranmayı kendisine düstur edinmiş bu bürokrat tipi Birleşik Rusya Partisi ve Putin iktidarının yılmaz savunucusu pozisyonundadır. İktidarın meşruiyet sorunu taşıyan hamlelerini meşrulaştırma vazifesi de gören söz konusu bürokratlar, takınmış oldukları tavırla Rusya Federasyonu'nu modern yönetim anlayışlarından oldukça uzaklaştırmıştır.

Anahtar Kelimeler: Rusya Federasyonu, Bürokrasi, Rus Bürokrasisi, Rus Bürokrasisinin Problemleri.

Bureaucracy in the Russian Federation

ABSTRACT

The main purpose of this study, which deals with the Russian bureaucracy, is to identify the problems of the Russian public bureaucracy, which is in a cumbersome and inoperable state in the 21st century, when globalization and rapid technological change took place, and to offer appropriate solutions for today. In this framework, first of all, the definition and scope of the concept of bureaucracy has been tried to be put forward. Later, the problems of the public bureaucracy were determined and solutions were tried to be offered to the identified problems. The Russian public bureaucracy, which has almost the same problems as the problems of the Turkish public bureaucracy, such as centralization, organizational growth, secrecy and exclusion in administration, conservatism in administration, rule and avoidance of responsibility, politicization in administration, bribery, corruption, nepotism, mediation and inefficiency, this is what the Russian public bureaucracy has in the near future does not seem to be able to solve the problems. A new type of bureaucrat has emerged in the period of Putin, who has been holding the power alone in the Russian Federation for a quarter of a century since 2000 and has managed to institutionalize his power more and more. This bureaucrat type, who has adopted the principle of acting according to the politics of Putin rather than the constitution, law and other related legal texts, is in the position of an indomitable defender of the United Russia Party and Putin's government. These bureaucrats, who also saw the duty of legitimizing the moves of the government that had a problem of legitimacy, kept the Russian Federation away from modern management approaches with their attitude.

Key words: Russian Federation, Bureaucracy, Russian Bureaucracy, Problems of the Russian Bureaucracy.

Financial Health Analysis of PT Ciputra Development TBK According to Altman Z-Score in the Period of 2015 – 2019

Asst. Prof. Dr. Wiwiek Mardawiyah DARYANTO

Sekolah Tinggi Manajemen IPMI

wiwiek.daryanto@ipmi.ac.id

Orcid: 0000-0003-3582-5857

Syifa Karina NOFYAN

Sekolah Bisnis dan Manajemen, Institut Teknologi Bandung

syifa_nofyan@sbm-itb.ac.id

Orcid: 0000-0001-7088-8111

Sanchia AMALIA

Sekolah Bisnis dan Manajemen, Institut Teknologi Bandung

sanchia_amalia@sbm-itb.ac.id

Orcid: 0000-0003-4571-7761

ABSTRACT

Business is the activity of selling goods or services to consumers with the aim of making a profit. To be able to always get the desired profit and maintain the sustainability of the company, companies must check their finances. By knowing their financial condition, they can identify indications of financial problems and can avoid the problem that all companies want to avoid, that is bankruptcy. For this reason, this research was made to analyze the financial health of the company using the Altman Z-Score method model. This study was conducted on PT Ciputra Development Tbk on the 2015-2019 period. PT Ciputra Development Tbk is the holding company of Ciputra Group which is engaged in the property business. The results of the analysis using the Altman Z-Score will show the level of the company's financial health. A Z-score above 2,99 indicates that the financials of a company is in healthy condition. Scores between 1,88 to 2,29 indicate that the financial health of the business is in the grey area and is most likely to be in a critical period. And Z-score below 1,8 means the business has a high potential to be bankrupt.

Keywords: Financial Health, Bankruptcy, Altman Z-Score

Kırsal Kesimlerde Kadın Girişimciliği: KKTC Örneği

Dr. Güzhan GÜLAY

Borsa İstanbul
guzhan.gulay@borsaistanbul.com
Orcid: 0000-0002-1714-185X

Dr. Burak ERKUT

Bahcesehir Cyprus University
& Institute for Research in Economic and Fiscal Issues
burak.erkut@baucyprus.edu.tr
Orcid: 0000-0001-7746-782X

Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ

Bahcesehir Cyprus University
veclal.gunduz@baucyprus.edu.tr
Orcid: 0000-0002-6002-582X

ÖZET

Dünyanın birçok gelişmekte olan ülkesinde olduğu gibi Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) de özellikle kırsal kesimlerde kadınlar ekonomik özgürlükten uzak bir konumdadır. Ancak kadınları çeşitli alanlarda teşvik eden ve ekonomiye katkılarının artırılmasını amaçlayan faaliyetler gün geçtikçe çoğalmaktadır. Bu faaliyetler arasında en çok dikkat çekenlerden biri de, kadınların ekonomik bağımsızlıklarının kazanılmasına aracılık eden "Kadın Girişimciliği" hareketidir. Bu çalışmada KKTC'de kırsal kesimlerin kalkınması ve bu bölgelerde yaşayan kadınların ekonomik bağımsızlıklarına kavuşması amacıyla ortaya çıkan kadın girişimciliği faaliyetleri incelenecek ve bu girişimlerin finansman ihtiyaçlarının karşılanmasına ilişkin modeller analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Kesim, Kadın Girişimciliği, Girişimcilik Finansmanı, KKTC

Women Entrepreneurship in Rural Areas: The Case of TRNC

ABSTRACT

As in most of the emerging countries, women in the Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC) is also far from being economically free, in particular, in the rural areas. At the same time, there is a growing number of events and activities aiming to include women and their efforts in the economic system. Among these events and activities, one of the most striking one aiming to enable women gain their economic independence is women entrepreneurship. In this work, women entrepreneurship activities in TRNC rural areas will be analyzed with the background of rural development. In particular, how financing needs of women entrepreneurs in rural areas can be realized will be the focus of this work, through which different entrepreneurial finance models will be analyzed.

Keywords: Rural Areas, Women Entrepreneurship, Entrepreneur Finance, TRNC

Sustainable Tourism: Case of Ecotourism in the Moroccan High Atlas

Prof. Dr. Youssef EL AZYZY

Vatel Business School, Private University of Marrakech

y.elazyzy@gmail.com

Orcid: 0000-0003-3609-788X

Assoc. Prof. Dr. Erdogan EKIZ

Hospitality Business and Management, Mohamed VI Polytechnic University

erdogan.ekiz@gmail.com

Orcid: 0000-0002-9643-6663

ABSTRACT

As an economic development agent, the vital role of tourism cannot be overstated. For this reason, governments, except for only a few, invest resources in tourism development. perceive tourism industry. Consistent with all the resource-based developments, tourism development relies on turning what a destination has (natural, cultural, historical, and all other resources) into mostly but not limited to financial gains for parties involved. Due to the limited nature available resources and delicate balance between human and environmental eco-system, this development, if not managed systematically and strategically, poses treats at natural, financial, social, and cultural levels. For this reason, current research aims first investigating the current state of tourism development in the High Atlas region of Morocco. Second, by using the outcomes of this investigation, this paper proposes implications on sustainable tourism development in the region by highlighting the importance of innovation, ecotourism and sustainability for all. In order to achieve this data were collected by utilizing a mix methodology and observations in the field. By using the relevant literature as a base, researchers developed instruments for data collection. Out of 80 invited stakeholders to participate the study, 65 agreed to be respondents. The content analysis of data gathered by in-depth interviews revealed the current state of the sustainable tourism development in the High Atlas Region. Moreover, results were useful in presenting implications for stakeholders to achieve a sustainable tourism development through the establishment of a collective organization among economic actors, environmental and social issues.

Keywords: Sustainable tourism development, ecotourism, responsible collective organization, High Atlas Region, Morocco.

Neuroscience, Mental Health and Senism in the Post-COVID-19 Era

Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN

Istanbul Rumeli University

sen@senizm.com

erdal.sen@rumeli.edu.tr

Orcid: 0000-0003-1179-7214

Nour El Hoda TARABAH

Istanbul Aydin University, MBA Candidate

neltarabah@stu.aydin.edu.tr

Orcid: 0000-0001-7864-2394

ABSTRACT

COVID-19 is an infectious disease caused by a newly discovered coronavirus which was first identified in Wuhan City in China, in December 2019, then was globally spread to be then identified as a pandemic by the WHO. During COVID-19 period, perceptions, thoughts, emotions and behaviors of populations have been significantly affected. Neuroscience being a scientific study of nervous systems which involves many branches of science including brain science, psychology, artificial intelligence, robotics, technology can help understanding individuals' brain as well as their behaviors, emotions, decisions and perceptions especially during the pandemic period. Digital technology, being the leader of this new age in many aspects, it has various effects on the pandemic, neuroscience field and the individual. "Senism" is the theory of defining, understanding and evaluating the individual through the "Sen (You)" inside of "Me". To understand the role of neuroscience and technology and analyze the individual in this context, the theory of Senism can provide a multidisciplinary basis. In this context, this study presents a conceptual framework that aims to discuss neuroscience, applications of digital technologies and mental health in the post-COVID-19 period within the scope of the theory of Senism and to make predictions about this period.

Keywords: COVID-19, Neuroscience, Industry 4.0, Senism

A Study on Workaholics, Work Life Imbalance and Self-Determination Perspective of Female Constable in Coimbatore City

Asst. Prof. Dr. J. Deepa

Business Administration
PSGR Krishnammal College for Women, India
deepaj@psgrkcw.ac.in

Assoc. Prof. Dr. S. Kavitha

GRG School of Management Studies
PSGR Krishnammal College for Women, India
kavitha@grgms.ac.in

Asst. Prof. Dr. M. Jayamala

Centre for Women Studies
PSGR Krishnammal College for Women, India
jayamala@psgrkcw.ac.in

Asst. Prof. Dr. Laithambigai

Department of Economics
PSGR Krishnammal College for Women, India
lalithambigai@psgrkcw.ac.in

ABSTRACT

Work life balance is the state of equilibrium where the individual will try to give equal importance to their professions and personal life. Practically speaking balancing both is very much challenging especially for female. The aim of the study presented was to verify empirically a conception of Workaholism, work life balance and self-determination perspective of female constable in Coimbatore District. The study also investigated the relationship between Workaholism Analysis (Work Engagement, Work Involvement and feeling Driven force) on Work life balance and Self-determination evaluations of women police constable. The research group comprised police constable professional who work in the law and order, Crime, Traffic, Narcotics, Prison, Department Administration, Armed reserve etc. A sample of 100 participants was selected in and around Coimbatore and data collected using a structured questionnaire. The collected data was analyzed using SPSS 21 software and based on the analysis suggestions are given to police women and officials for the better work life balance.

Key words: Workaholism, Work Life Balance and Self Determination

2020 International CEO Communication, Economics, Organization & Social Sciences Congress
**Pandemic Challenges and Change in Governance Between Japan and
Bangladesh**

Lecturer Phd Can. Mashraky MUSTARY

Sophia University, Japan
Begum Rokeya University, Rangpur, Bangladesh
mitu.shona@gmail.com
Orcid: 0000-0002-5700-725X

ABSTRACT

The deadly Coronavirus appeared in the first weeks of December 2019 and by March of 2020, the world health organization declared it a global pandemic. The speedy spread of this pandemic, the high rate of infection especially among the aged population, its complex nature, and the impact on healthcare systems have made this pandemic one of the worst pandemics in the modern era. Many countries are massively affected including Japan and Bangladesh however the impact in countries differs. Despite Japan's high number of older people, dense population especially in urban areas, and its proximity to China they have done so well in controlling the virus as opposed to Bangladesh. Thus, this paper analyses governance and policy systems undertaken in both Japan and Bangladesh and suggests that Japan's good governance and policy systems helped Japan to cope well with the pandemic compared to Bangladesh. In the case of the third-wave eruption of coronavirus disease, a combination of policies and good governance should play a great deal in helping the healthcare system to cope with the threat of this pandemic. Japan took a vital approach in dealing with the virus including scenario planning, cluster approach, and science-based approach. On the other side, Bangladesh took initiative to close the educational institution, prohibited gatherings, canceled state public programs and events, as well as closing offices, and imposing travel restrictions. Based on the lesson from Japan and Bangladesh this research suggests strong policies, strong healthcare systems, and good governance plays an important role in curbing the pandemic.

Keywords: Corona virus, Bangladesh, Japan, Governance.

Effects of COVID-19 on the Banking Sector in Bulgaria

Assoc. Prof. Dr. Kamelia ASSENOVA

Department of Economics, University of Ruse, Bulgaria

ORCID: 0000-0001-8726-0654

kassenova@uni-ruse.bg, kamelia_a@yahoo.com

ABSTRACT

The COVID 19 pandemic influences seriously all people around the world and disrupts the daily life. It is having the impact on the global economy. The pandemic affects on every sectors of economy. As a result of this virus, the world economy is weakening and it is also in Bulgaria.

The banks have a fundamental role to play as provider of payment services, liquidity and funding to the business and individuals in the time of COVID-19 crises. From one side, most of the governments realized schemes for recovery, based on easy access to the credit for business and households, state guarantees of them, low interest. It has made to be easy passed through the crises. From other side, banking sector will play important role by the recovery of economy. It is trough more for small and open economy as Bulgarian.

This paper aims to evaluate the monetary measures during the crises and counteracts the economic losses after this period.

During the crises the Bulgarian banks lose the part of their disposal funds due to withdraw of business deposits. At the same time, they implemented relief measures such as suspension of loan repayments for affected customers or some other forms of moratorium on payment of credit obligations as well as actions to ensure companies continue to have access to credit in exceptional circumstances. The firms need the usage of lending to cover inequity between in- and outflows, decide their liquidity problems and ensure the working capital for restarting of business.

The main goal of economic policy after pandemic of COVID 2019 aims the recovery of economy. It requires to be found all instruments for influencing on the aggregate supply. The current research investigates the changes in banking sector. For the first months of lockdown in Bulgaria the monetary instruments have used actively for the quick recovery of economy to pre-crisis level.

Keywords: COVID-19, monetary Policy, Banking Sector, Credit, Deposits

The Argentine's Monetary Program at the Beginning of the XXI Century

Prof. Dr. Hernán E. Gil FORLEO

Economist at Universidad de Buenos Aires
hgilforleo@uade.edu.ar

ABSTRACT

The exit from the Currency Board in 2001 and the subsequent confiscation of deposits put the Argentine financial system on the brink of collapse. After the asymmetric change of the nomination of deposits - from US to Local Currency - in February 2002, the Central Bank began to normalize the payment system. That is, that the Argentine peso once again be a medium of exchange. Function that it had lost a year ago due to the appearance of coins issued by the provinces (called *cuasimonedas*), and the growing dollarization.

The first program runs from March 2002 to May 2003. Its purpose was to rebuild the transactional demand. To do it, the monetary base was set as the target to be reached. The instrument used to meet the proposed objective was the implicit interest rate in the Central Bank Bills (LEBAC). This was used both to regulate the quantity of money and to rebuild the term structure of interest rates, and to reduce pressure on the exchange rate. The second instrument was the short-term *cd's* deposits (7 days), which could be arranged by exporters who were obliged to liquidate foreign exchange in the local market within a period no longer than after the operation was arranged. As a complement, the Central Bank withdrew the money issued by the Province States (*cuasimonedas*), so that the domestic currency would once again be the only legal tender.

The second program covers the year 2004. The objective here was to recover the M1 aggregate. First, banks began to return frozen deposits in checking accounts, savings banks, and time deposits. Second, the relaxation of restrictions on the foreign exchange market: reincorporating foreign currency as a means of payment. Third, the agreement with the Financial Entities to extend the term of their obligations with the Central Bank (*Repos*), known as "Cash Flow Matching". It is in this year that the restructuring of the foreign debt in default begins, allowing resident creditors to dump funds in default until that moment, in the local financial system. The implementation of the inflation targeting system (*Inflation Target*) is truncated because although the external context was favorable, the financial system had not yet recovered from the crisis.

The third program covers the years 2005-2010. It consisted in achieving the growth of the monetary aggregate M2. Mainly from the Private Sector, while the managed exchange rate floating system was carried out. This followed the passive "Crawling Peg" scheme linked to the price of soybeans so that the Government could have resources from taxes on exports of primary products, since it had closed voluntary external financing.

Unlike the previous monetary programs, this one established ranges of maximum and quarterly minimums for the total monetary aggregates and for the Private Sector in particular. As well as mechanisms that avoid the discretion and free rider behavior of the Monetary Authority. Since it had to inform and expose before the National Congress the deviations of the temporal trajectory and its new goals.

The so-called "liquidity rules" for banks were also included. In order to avoid a systemic crisis similar to the one that occurred during the 2000-2002 period, banks could integrate the liabilities of the Central Bank that they had in their portfolio as reserve requirements. It is noteworthy that these objectives were easily met by the Monetary Authority, since the monetary aggregates M2 and private M2 in the definition adopted in the Monetary Programs, did not include the instruments for regulating the Monetary Base. And these were used discretionally to comply with the target values stipulated in the program.

The fourth program covers the years 2011-2012. Here the growth criteria of the quarterly monetary aggregates are abandoned. Only percentage maximums and minimums (+/- 4%) were enunciated, with respect to the annual growth of 25% of the total M2 aggregate. This growth in total M2 was sustained by financing the constant budgetary imbalances. The exchange rate ceased to be the result of the interaction of supply and demand to become the result of controls imposed on the purchase of foreign currency. The Central Bank Act was changed on April 2012 open the gate to the discretionary power of the Monetary Authority.

In summary, the Argentine monetary programs at the beginning of this century had as main objective to recover the domestic currency as a means of exchange, to normalize the payment system that was broken in 2001, and to monetize the economy. The period 2002- 2010 is a period of moderate discretion, in the conduct of the Central Bank, since the growth of the money supply was conditioned to overcome the crisis of 2001. While during the biennium 2011-2012, it is a period of high discretion where the monetary programs reflected the need to finance a government that was heading towards a strangulation of the external sector in the coming years.

Keywords: Argentine, Cash Flow Matching, Monetary Program

Grupsal Polis Sapmasına Karşı Grupsal Polis Bütünlüğü Perspektifinden Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Polis Örgütü Üzerine Nicel Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Osman KAYABAŞI

TRNC Police Organization
osmankayabasi@yahoo.com
Orcid: 0000-0001-9499-5974

ÖZET

Bu araştırma, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) Polis Örgütünde görevli polislerin, polis sapmasına karşı polis bütünlüğü düzeylerinin grupsal boyutta farklılaşıp farklılaşmadığını ve eğer farklılaşmışsa bu farkın kaynağını ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. KKTC Polis Örgütü, büyük gruplardan küçük gruplara doğru üç katmanda ele alınarak karşılaştırılmıştır. Bu katmanlar; (1) merkez ve taşra örgütleri; (2) ilçe polis müdürlükleri ve (3) polis birimleridir. Araştırma tarama türündedir. Veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini KKTC Polis Örgütünde görevli 1926 polis; örneklemini ise 1767 polis oluşturmaktadır. Araştırma sonuçları, grupsal boyutta polis bütünlüğü düzeylerinin her üç katmanda da farklılaştığını; merkez örgütünün taşra örgütünden, Gazimağusa Polis Müdürlüğü'nün diğer İlçe Polis Müdürlüklerinden ve "siyasi/istihbarat" birimlerinin diğer polis birimlerinden genel olarak daha fazla polis bütünlüğüne sahip olduklarını ortaya çıkarmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında KKTC Polis Örgütü'nün grupsal polis bütünlüğünü arttırmak için neler yapılabileceği ile ilgili öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Polis bütünlüğü, polis sapması, grupsal polis bütünlüğü, grupsal polis sapması, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Polis Örgütü.

A Quantitative Study on the Police Organization of the Turkish Republic of Northern Cyprus from the Group Police Integrity Perspective Against Group Police Deviance

ABSTRACT

This research was carried out in order to reveal whether the police integrity levels of the police officers working in the Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC) Police Organization differ on a group basis and if so, the source of this difference. TRNC Police Organization has been handled and compared in three layers from large groups to small groups. These layers are; (1) central and provincial organizations; (2) district police directorates and (3) police units. The research is in survey model. Questionnaire was used as data collection technique. The universe of the research is the 1926 police officer in the TRNC Police Organization, whereas the sample is 1767 police officers. The research results show that police integrity levels of the groups differed in all three layers; it also revealed that in general, there is more police integrity in central organization than provincial organization, more in Famagusta Police Directorate than other district police directorates, and more in political/intelligence units than other units. In the conclusion part of the study, suggestions about what can be done to increase the group police integrity of the TRNC Police Organization are presented.

Keywords: Police integrity, police deviance, group police integrity, group police deviance, Turkish Republic of Northern Cyprus Police Organization.

Impact of Kashmir Unrest on Elderly People in Kashmir: A Qualitative Study

Shahida AKHTAR

University of Kashmir
jaanfarhat71@gmail.com

ABSTRACT

Armed conflict has created enormous upheaval at the personal, family, societal, and national level. Kashmir, which is famous for its scenic beauty throughout the world, has turned into a hell due to the continuous ongoing armed conflict in Kashmir. The present paper has been developed with an attempt to study the impact of conflict on elderly people. The study has been carried out in Pulwama district of J&K in India.

A phenomenological state of inquiry was followed in the study. Purposive sampling technique was used to collect data from the research participants. A total of eight participants were included in the study. The interviews lasted for around 40-50 minutes. The recorded information was subsequently transcribed and classified into themes.

The key theme that generated from the narratives of the research participants involves disastrous impact of conflict on the overall well-being of the elderly people. The ongoing conflict in Kashmir has adversely affected everyone irrespective of age. The elderly people due to the death of their sons and other family members got adversely affected by the traumatic situations brought about by their sole bread winners. Death of their loved ones coupled with poverty, meager resources and escalating inflation has taken a heavy toll on their well-being. The elderly people who are well-off also did not remain untouched by the traumatic situations arising due to the unbearable separation of their loved ones. They find it very hard to come to the terms that their loved ones are no longer around them.

The conflict has adversely affected the elderly people in Kashmir. The death, destruction and disappearances brought about by the conflict have left elderly isolated and shattered. There is a need to look into the issues of the elderly people and help them to live a care free life. Besides this, government needs to keep the health care facilities within the reach of elderly people.

Keywords: Conflict, Elderly, Health, Kashmir.

Pandemi Sürecinde Kaos Kuramı Çerçevesinde Müzik Eğitimi Analizi

Ayşe Soykara GÜLSEVEN

Şht. Ertugrul Primary School, TRNC ME
asoykara006@gmail.com
Orcid: 0000-0003-1529-549X

Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ

Bahcesehir Cyprus University
veclal.gunduz@baucyprus.edu.tr
Orcid: 0000-0002-6002-582X

ÖZET

Covid-19 salgını dünyada yaşamın tüm boyutlarını olumsuz etkilemeye devam ediyor. Bu kapsamda eğitimde ilk kez bu kadar büyük bir küresel ölçekte etkilenim söz konusu oldu ve birçok ülkede yeni koronavirüs hastalığının yayılmasını sınırlamak amacıyla dünyanın çoğu ülkesinde okul öncesinden yükseköğretime kadar tüm kademelerde eğitim kurumları kapatıldı. Tüm dünyada beklenmedik bir şekilde eğitim kurumlarının kapatılması nedeniyle hemen hemen tüm eğitim sistemleri uzaktan eğitim sistemlerini kullanmaya başladı.

Bu çalışmanın amacı, dünyadaki tüm ülkeleri etkisi altına alan Covid-19 salgını yani pandemi sürecinde ortaya çıkan teknoloji kullanımı ihtiyacının müzik eğitimindeki önemini tespit etmektir. Araştırma müzik derslerinde kullanılan teknolojilerin avantaj ve dezavantajlarının ortaya konulması bağlamında önem taşımaktadır.

Araştırmada, Kaos kuramı çerçevesinde eğitim ele alınmış, derleme yöntemi kullanılarak müzik eğitimi ile teknoloji kullanımı bağdaştırılmıştır. Bulgular içerisinde eğitim teknolojisi ve müzik teknolojisi ayrıştırılmıştır. Pandemi sürecinde eğitim sektöründe yaşanan birçok olay kaosa ve belirsizliğe yol açmıştır. Dolayısıyla eğitim modellerinin esnek olmayan bir anlayışla değil, esnek ve yeniden yapılandırılabilen bir anlayışla değerlendirilmesi gerekmektedir.

Uygulama bağlamında çocuk gelişimi açısından müzik teknolojisinin daha etkili olacağı yapılan gözlem analizi ile tespit edilmiştir. KKTC Millî Eğitim Bakanlığı'nın bu kapsamda gerekli alt yapı yatırımları ile bu yönde okulları destekleyip teşvik etmesi ve gerekli finansman kaynağın sağlanması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kaos Kuramı, Eğitim Teknolojisi, Müzik Teknolojisi, Çocuk Gelişimi

Music Education Analysis in the Framework of Chaos Theory During Pandemic Process

ABSTRACT

The Covid-19 outbreak continues to negatively affect all aspects of life around the world. In this context, education has been affected on such a large global scale for the first time, and educational institutions at all levels from pre-school to higher education have been closed in most countries of the world in order to limit the spread of the new coronavirus disease in many countries. Almost all education systems started using distance education systems due to the unexpected closure of educational institutions all over the world.

The purpose of this study is to determine the importance of the need for technology use in music education, which emerged during the Covid-19 epidemic, namely the pandemic, that affected all countries in the world. The research is important in terms of revealing the advantages and disadvantages of technologies used in music lessons.

In the research, education was discussed within the framework of Chaos theory, using the compilation method, music education and technology use were associated. Educational technology and music technology are separated within the findings. Many events in the education sector during the pandemic process caused chaos and uncertainty.

Therefore, training models should be evaluated with a flexible and reconfigurable approach, not in an inflexible understanding. It was concluded that music technology would be more effective in terms of child growth by the observation analysis in the context of practice. It is recommended that the Ministry of National Education supports and encourages schools in this direction with the necessary infrastructure investments and to provide the necessary financial resources.

Keywords: Chaos Theory, Educational Technology, Music Technology, Child Growth

Medical Ethics in the Context of Globalization

Mrs. Shirin TOSHPOLATOVA

National University of Uzbekistan

shirinmother85@gmail.com

Orcid: 0000-0003-3513-6082

ABSTRACT

An example of overcoming SARS give us an cautious optimism in solving of a such sudden global challenge as COVID-19. This new pandemic needs the similar international cooperation of researchers, physicians, politics, and the constant exchange of information on all levels which was demonstrated with SARS. Although Globalization contributes to a new diseases, but it also is an only method pandemic overcoming.

Keywords: Biomedical Technologies; Openness and Availability of Information, Corporate Interest; Anti-epidemic Measures

Barriers to Innovation: A Brief Review at the Firm Level

Asst. Prof. Dr. Mustafa GÖMLEKSİZ

Necmettin Erbakan University, Faculty of Political Science

mgomleksiz@erbakan.edu.tr

Orcid: 0000-0002-4150-9714

ABSTRACT

The competitive pressure and rapid technological change emerging with the increasing globalization have revealed the transformation of the economic environment. As part of the new economy, firms that willing to compete with each other need to respond flexibly to local markets with innovations, while effectively integrating with world markets and coordinating their global operations. In this context, both local and global competition brings numerous obstacles and threats for many firms and countries. However, it can be stated that the global markets offer significant opportunities to those who can better use knowledge to produce higher value-added products and services than their global competitors. This study presents a brief review of the innovation barriers at the firm level. In this regard, various internal and external sources that have subject to barriers to innovation in the related literature are examined.

Keywords: Innovation Barriers, Innovation Ecosystem, New Economy

The Innovation and Employment Nexus: Empirical Evidence from Lationamerica

Mr. Julián Andres Díaz Tautiva

Universidad Del Desarrollo
juldiazt@udd.cl
Orcid: 0000-0002-9808-3179

Ms. Camila Barragán

Universidad Nacional de Colombia
cpbarraganr@unal.edu.co
Orcid: 0000-0002-3830-5091

Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere

Università di Foggia
luigi.cavaliere@gmail.com
Orcid: 0000-0003-3169-567X

ABSTRACT

Purpose: Given the lack of empirical findings on the innovation and employment nexus in developing economies, this research aims to elucidate the role of innovation in unemployment rates in Latin American development economies.

Design / Methodology / Approach: consistent with previous research; this research question is analyzed using a panel threshold regression model. This article is based on a sample of 17 Latin American countries over seven years, from 2013 to 2019. Using data from the World Bank on unemployment rates, GDP per capita, inflation and Innovation from data from the Global Innovation Index.

Research Implications: This research contributes to closing the gap in the current literature by determining causality using longitudinal analysis. And examine whether, and how, other dimensions of economic freedom affect the allocation of attention when deciding whether to act entrepreneurially.

Originality / Value: this study aims to determine the nexus between innovation and employment. Given that the existing literature has established that innovation changes the structure of employment, this article aims to understand how innovation affects employment in developing economies.

Keywords: Innovation, Employment, Unemployment, Developing Economies.

The Impact of OECD Countries' Export Performance on Economic Growth: Panel Data Analysis for the Period 2006-2019

Asst. Prof. Dr. Rabia Aktaş ŞENKARDEŞLER

Beykoz University
rabiasenkardesler@beykoz.edu.tr
Orcid:0000-0003-4198-5101

ABSTRACT

Export performance is considered as an indicator of international competitiveness and is measured by variables such as product / market diversity, the share of high value-added product exports in total exports, and export market share. In classical foreign trade theories, competitiveness of a country is measured by factor productivity (Comparative Advantages Theory) or by factor equipment (Factor Endowment Theory). In today's conditions, being able to produce cheaply or being rich in terms of production factors such as labor, capital and natural resources is still important in providing competitive advantage, but it is never sufficient. GDP is the indicator of a country's wealth. The increase in the wealth of the country (economic growth) is also a factor that will increase the international competitiveness of the country, just like its export performance. In order for a country's foreign trade transactions to contribute to economic growth, net exports must be positive.

The aim of this study is to demonstrate the impact of export performance on economic growth for OECD countries. The years included in the analysis cover the period 2006-2019. GDP is used as dependent variable in the model. Two independent variables are used to represent export performance. One of the independent variables is the share of countries' exports in total world exports. The other variable is the share of medium and advanced high-tech products in national exports. The data are compiled from the OECD database. Panel Data Analysis was preferred as a research tool. Findings from the Panel Data Model show that, as expected, there is a statistically significant and positive relationship between economic growth and export performance.

Keywords: Export Performance, Economic Growth, Panel Data

Staff Motivation Techniques

Prof. Dr. Vance BOJKOV

University of Nis, Faculty of electronic engineering Nis, SERBIA
vance.bojkov@elfak.ni.ac.rs

Marieta GOCEVA

Technical Vocational School Nikola Ionkov Vaptsarov - Radomir, BULGARIA
marietagoceva@gmail.com

ABSTRACT

Successful organizations around the world see staff as a key resource for development. Work motivation implies a set of different techniques for provoking, maintaining and encouraging behavior aimed at achieving certain goals. It is believed that the effectiveness of the organization, as well as its excellence is achieved on the largest and fastest through people, and only motivated employees can achieve the goals and other criteria for effectiveness. Needs can be defined as an objective need for conditions and means of human existence. The constant and eternal striving of people to satisfy their needs is the primary and constantly acting factor that pushes them to work, to the continuous development of production and services. The issue of motivating organizational staff to consistently highly effective economic behavior is central to modern management. The motivation of the individual is complex and personal, but it is still possible to determine the basic motivational techniques and incentives, which are a functional set of actions performed by managers in order to motivate employees to effective work behavior. Research shows that one must first pay attention to the external motivation to achieve average productivity, and then to include the internal factors to achieve greater motivation and achieve greater productivity. Motivation is a concept that includes a number of other concepts such as ambition, financial incentives, job satisfaction, proper orientation, company position, workplace safety. Staff motivation techniques contain the motivating messages of the employer, which meet the interests of the organization and stimulate people to become creative and innovative in their work.

Keywords: Motivation, Needs, Techniques, Management.

The Consequences of Technology on Financial Integration in The 21st Century

Emmanuel Obed DADZIE

Alexandru Ioan Cuza University
emmaobeddadzie@gmail.com

ABSTRACT

The dynamic nature of technology is undeniable. Technology has evolved in the 21st century and appears to take a new shape in recent times. Technology impacts most sectors of an economy as well as the financial markets. Nevertheless, the extent to which technology affects financial integration is an explorable field. When an economy maximizes the use of technology on her resources, the benefits can be enormous in the midst of financial integration. This paper analyses the extent to which technology affects financial integration. The paper further discusses the cost and benefits of technology on financial integration. Ordinary least square (OLS), fixed-effects (FE) and random-effects (RE) regression models are used in the statistical analysis. This research contributes to the literature on this subject by the introduction of an index for technology. The results will depict the level at which technology affects financial integration and how individuals, firms and corporations can benefit from technological advancement in the process of financial integration.

Keywords: Financial Integration, technology, OLS

Polis Örgütlerinin Örgütsel Polis Bütünlüğü Düzeyleri Üzerine Uluslararası Boyutta Karşılaştırmalı Nicel Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Osman KAYABAŞI

TRNC Police Organization
osmankayabasi@yahoo.com
Orcid: 0000-0001-9499-5974

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı dokuz ülkenin polis örgütlerinin polis bütünlüğü düzeylerini karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Karşılaştırma için seçilen ülkeler; Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Avusturya, Güney Afrika, Kanada, KKTC, Macaristan, Pakistan, Polonya ve Slovenya'dır. Bu ülkelerin seçilme nedeni, daha önce çeşitli araştırmalarda aynı ölçüm aracı kullanılarak bu ülkelerin polis örgütlerinin polis bütünlüğü düzeylerinin ölçülmüş olması ve ölçüm aracının uluslararası karşılaştırmaya fırsat vermesidir. Ölçüm aracı, Klockars ve arkadaşları tarafından geliştirilen "polis bütünlüğü" ölçeğinin orijinal versiyonudur. Söz konusu ölçek, polis yozlaşmasının çeşitli türlerini içeren on bir adet varsayımsal senaryo içermektedir. Her bir senaryonun altında, katılımcıların polis bütünlüğü düzeylerini altı farklı yönden ölçmek üzere tasarlanan aynı altı adet soru yer almaktadır. Ülkelerin polis bütünlüğü düzeyleri, bu çalışmanın yazarı tarafından geliştirilen "sıralama ölçeği" kullanılarak karşılaştırılmıştır. Yapılan karşılaştırmalı analizlere göre, polis bütünlüğüne en fazla sahip olan ülkeden en az sahip olan ülkeye doğru ülkelerin sıralaması şu şekildedir; (1) Kanada, (2) Amerika Birleşik Devletleri (ABD), (3) Avusturya, (4) Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC), (5) Pakistan, (6) Polonya, (7) Slovenya, (8) Güney Afrika ve (9) Macaristan. Araştırma bulguları, KKTC Polis Örgütünün, polis mensuplarının polis bütünlüğü düzeylerini arttırması için, öncelikle polis yozlaşmasına karşı ciddiye algılarını arttırması gerektiğini ortaya çıkarmıştır.

Anahtar kelimeler: Polis Bütünlüğü, Polis Yozlaşması, Polis, KKTC, Karşılaştırmalı polislik.

An International Comparative Quantitative Study on the Organizational Police Integrity Levels of Police Organizations

ABSTRACT

The main aim of this study is to analyze comparatively the police integrity levels of the police organizations of nine countries. Countries selected for comparison; United States of America (USA), Austria, South Africa, Canada, TRNC, Hungary, Pakistan, Poland and Slovenia. The reason for choosing these countries is that the police integrity levels of these countries' police organizations have been measured by using the same measurement tool in various studies and the measurement tool allows international comparison. The measuring tool is the original version of the "police integrity" scale developed by Klockars et al. The scale includes eleven hypothetical scenarios involving various types of police corruption. Under each scenario, there are the same six questions designed to measure the police integrity levels of the participants from six different ways. The police integrity levels of the countries were compared using the "ranking scale" developed by the author of this study. According to the comparative analysis, the ranking of the countries with the lowest police integrity to the highest police integrity is as follows; (1) Canada, (2) United States of America (USA), (3) Austria, (4) Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC), (5) Pakistan, (6) Poland, (7) Slovenia, (8) South Africa and (9) Hungary. The research findings revealed that the TRNC Police Organization must firstly increase their perception of seriousness against police corruption in order to increase police integrity.

Keywords: Police Integrity, Police Corruption, Police, TRNC, Comparative Policing.

The Impact of Branding on Marketing of Retail Banking and its Long-Term Effect on Customer Loyalty: A Case Study of BRAC Bank Dhaka, Bangladesh

Dr. Md. Ruhul Amin SARDAR

HND, BA (HONS), MBA Doctorate of Business Administration
University of the West of Scotland, London United Kingdom
mdruhul.amin.sardar@outlook.com

ABSTRACT

In today's competitive environment where consumers have an enormous choice of brands, building and sustaining brand loyalty is fundamental for the survival of companies. At present, business world customer loyalty is a subject of great interest for marketing scholars because of its significance in relation to accomplishing sustainable competitive advantages and financial results. It also plays an important role in retail banking, in bank branding. Brand management is principally linked to good relationships with customers and it can be assessed by analyzing marketing operations. Consequently, customers become loyal to a specific product, a brand or an industry and this strategy benefits the business.

The purpose of research is to investigate relationships between brand marketing and customer satisfaction, perception, products/services and loyalty in the Bangladesh retail banking industry. Both qualitative and quantitative research was utilised in this study. Primary data comprised qualitative data collected through open-ended interviews with BRAC bank managers and staff, and quantitative data collected through questionnaires completed by BRAC bank customers. Multiple Regression Analysis was employed for quantitative data analysis. The findings reveal significant relationships between brand marketing and customer satisfaction, perception, products/services and customer loyalty in the Bangladesh retail banking industry. The original contribution of this thesis lies in the theory of the customer relationship management framework based on brand marketing. This study has significant findings which combine brand marketing and customer satisfaction, customer perception, products/services as marketing tools to explain customer loyalty in the Bangladesh retail banking industry context. Based on these findings, the author offers guidelines to managers on how to build and sustain purchase and attitudinal brand loyalty by enhancing brand experience.

Keywords: Branding, Retail Banking, Customer Loyalty, Dhaka, Bangladesh

The Impact of the Macroeconomic Factors over the Performance of the Banking Sector in Republic of North Macedonia

MSc. Berkan IMERI

HALKBANK A.D. Skopje
berkan.imeri@halkbank.mk
Orcid: 0000-0002-3760-6706

Dr. Bilal SUCUBASI

HALKBANK A.D. Skopje
bilal.sucubasi@halkbank.mk

MSc. Gunter MERDZAN

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje
gjunter.merdzan@eccf.ukim.edu.mk
Orcid: 0000-0002-1894-9623

ABSTRACT

Monitoring and assessment of the performance of banks and the banking sector as a whole, presents a serious challenge, especially in the environment in which they operate today. The needs and demands of the clients are constantly increasing and changing, as well as the regulatory requirements, which influence the banking operation process, their efficiency, and effectiveness. This paper examines the importance and effects of the macroeconomic factors over the performance of the banking sector in the Republic of North Macedonia, considering the trend in the banking industry. Thus, the logic behind this research is to determine whether and in which direction are aimed effects of some selected macroeconomic variables. The relation between the profitability of the banking sector and some macroeconomic variables has been analyzed by employing ordinary least squares method, to perceive the results of the sector and to identify trends in the key indicators and the factors affecting the performance. The study is based on secondary quarterly data on the performance of the banking sector and some selected macroeconomic variables published by the NBRNM, as well as data from the banks' financial statements for the period between 2010-2019. The general conclusion from this analysis is that the unemployment rate and average net salary growth both significantly affect the profitability of the banking sector in the Republic of North Macedonia, but GDP growth and the National Bank policy rate both are statistically insignificant in the model.

Keywords: ROAA, Banking Sector, Macroeconomic Factors, Ordinary Least Squares Method

Key Socio Economic Indicators, Indian Economy- Consumer Price Index Numbers, Whole Sale Price Index Numbers

Amit GUPTA

West Bengal Higher Statistical Service, Government of West Bengal India
amitguptabaes@gmail.com

ABSTRACT

On an insight look through over issue, It's observed that comprehensive measurement of any acute social need based issue for welfare of human asset depend upon the structure of basic socio-economic parameters like standard of living. Consumer price index- inflation & Whole sale price index are two vital indices lying in domain of Socio – Economic platform of Economy & are reckoned as paragon of rigors to exhibit, status of levels of living of common people. Since WPI & CPI both indices are associated to 1-1 correspondences & statistically partially correlated hence, WPI may be brought under the same umbrella of Levels of living of common people on same analogy.

It is very important to know the standard of livings of area of interest Irrespective of macro/micro level where in, it is pertinent necessary to know the effects of consumption of public services, utilities & other pivotal items by way of measuring the levels of living based on household income & consumption /pattern/affluence etc. Whereas Gainful income is total value of economic activities performed during same reference period.

Keywords: Social Needs. Levels of Living, Inflation.

Evaluation of Quality of Experience on Management of Virtual Reality for Education and Science

Dr. Agil VALIYEV

Azerbaijan Tourism and Management University

ir.minedu@gmail.com

Orcid: 0000-0002-1419-6994

Assoc. Prof. Dr. Gahira MAMMADOVA

Azerbaijan Tourism and Management University

mgahira@gmail.com

Orcid: 0000-0002-7429-422X

ABSTRACT

In today's world, computers and devices working with computer systems have become an indispensable part of human life. Along with technological developments, "Virtual Reality- VR" technologies have been used in many sectors such as education, science, sports, entertainment and health. The use of this technology, which has spread to almost every field in the world, is still very limited in our country.

The value and importance of using virtual reality applications in education and science sectors is increasing day by day. The purpose of virtual reality is to provide people with environments that are not real but very similar to the real thing with the help of computers. In this study, information was given about virtual reality environments and the experience quality of virtual reality applications in education and science sector was presented by examining in detail within the framework of different examples. This study also aims to present a systematic review of experimental studies investigating the effectiveness of virtual reality supported learning environments on learning. In addition, the advantages and disadvantages and limitations of virtual reality applications were examined more deeply in the educational context of different countries, and sample designs were shared for new generation students and researchers, and recommendations were made for future studies.

Keywords: Virtual reality, education, science, innovation

Impact of Education on Muslim Women's Empowerment in Georgia

PhD Cand. Ayten MERDAN HAJIYEVA

INSEC, Georgia

aytandilanchieva@yahoo.com

Orcid: 0000-0002-5624-6494

ABSTRACT

Women's empowerment takes Economic empowerment and social empowerment as its fundamental parameters. Economic empowerment involves eradicating poverty and creating wealth, and social empowerment involves education, health, among others. For the empowerment of the Georgian Muslim women, education is the most crucial factor. Education takes us away from traditional backwardness, darkness, and poverty to enlighten, prosperity, and happiness. Education and empowerment of this group would impact not only the minority community they belong to but the overall national development. Muslim women in the Kvemo Kartli region differ from other women in Georgia. Ethnicity is a distinguishing factor of the Muslim women in this region from the other Muslim women in Georgia, as the Muslim women in Kvemo Kartli are predominantly ethnic Azeris. Many specific features- both community's tradition, the specificity of this group, and the diversity within the community itself, distinguish the Azerbaijani community in Georgia. The paper proposes that Muslim women in Kvemo Kartli face different problems than the other Muslim and non-Muslim women in Georgia. Using the logistic regression model the present study attempts to analyze the role of education in Muslim women's empowerment in the Kvemo Kartli region of Georgia and find out affecting factors that are specific for the studied group. Findings of the research are based on data from Caucasus Barometer- an annual survey about socio-economic issues and political attitudes conducted by the Caucasus Research Resource Centers (CRRC) -that covers Georgia for the year 2019.

Keywords: Muslim Women, Empowerment, Georgia, Logistic Regression

International Qualification of the Qualified Trader in Commercial Law

Assoc. Prof. Dr. Murat BİLGİN

International University of Travnik

muratbilgin81@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9175-2758>

ABSTRACT

In recent years, as the international circulation of capital has become easier and widespread, it has also expanded in the fields of economy and trade, and legal dispute resolution may become increasingly difficult. With all these developments, national markets are increasingly turning into global markets and the scope of trade is increasing. In this process, for the resolution of legal disputes, first of all, legal processes must be defined and their characteristics must be determined. Although there are studies on the subject of qualified merchant in commercial law and related sources, no study has been found on the qualifications of qualified merchants at international level. For this reason, in this study, the international character of the qualified trader in commercial law has been examined. In the study, conceptual studies conducted in academic terms were examined by using semiotic analysis and content analysis methods. According to the results of the research, although there are some regulations in commercial law for qualified merchants at national level, there are important deficiencies in this area even in domestic legal systems. Especially the separation of the concept of merchant from the concept of tradesman, the ambiguities in the definition of the concept of commercial enterprise and the phrase "part of" in the condition of operating a part of the commercial enterprise cause confusion in domestic law. In the international sense, the local and national definition of the qualified trader and the international activity areas are not determined, the lack of sufficient representation of the qualifications of the domestic and foreign traders in the legal system causes legal confusion in the international sense. Therefore, a more dynamic, inclusive and problem-solving legal approach is required at national and international level.

Keywords: Law, International Law, Merchant, Qualified Merchant.

Eurasian Economic Union and Turkish Eurasian Integration

Elmar Khalilov

Georgian Technical University

khalilov.elmar111@gmail.com

Orcid:0000-0001-8587-891X

ABSTRACT

Turkey today with its Eurasian intentions and Middle Eastern ambitions seeks to play the role of a kind of bridge between Islam and Christianity, the West and the East. During the past decades, Turkish sociopolitical thought united Eurasianism in a unique way with; Pan-Turkism, Pan-Islamism, Turkism and neo-Ottomanism- each of which offered its own path to regional leadership for Turkey. Attempts to integrate into Eurasia, led to many questions about Turkish foreign policy, there is also various tasks that Turkey will have to achieve in order to become an important figure in the East and West. The cooling of relations with the EU is the cause of the process of Turkish Eurasian integration and this, in turn, makes Ankara closer and closer to Moscow. The energy relations of the countries are a guarantee of future cooperation. Moscow is a key and necessary point in the Eurasian integration of Turkey and this forces Ankara to keep good economic and political relationship with Moscow. This study is analyzes a brief regional policy of Turkey to the Eurasian region; special attention is paid to Eurasian model of Turkey; its importance and place in foreign policy of country. The balance of power policy of Turkey in relations with the West and East is also considered on the examples of the Turkish-Russian rapprochement and the cooling of relations with the West. Also mentioned Turkish Eurasian attempts on the example of deep historical and cultural ties of Turkey with Central Asian countries and existing dilemmas in their relations. In conclusion, it is examined and given prediction of the future way of Turkish Eurasian integration.

Keywords: Turkey, Eurasianism, EAEU, Russia, EU, Balance of Power, Central Asia, Turkish Dilemma

Stalin Dönemi SSCB Dış Politikası

PhD. Candidate Emin YADIGAROV

Selcuk University
eminyadigarov@gmail.com
Orcid: 0000-0003-1715-5351

ÖZET

Stalin bir çiftçi ailesinde doğdu. Marksistlerin yükseldiği bir çağın adamıydı. Düşünceleri, Marksistlerin fikirlerinin ürünüydü, ancak Stalin onlardan farklı bir yol izledi. 1920'lerin sonlarına doğru Stalin, bir dizi yeni radikal ekonomi politikası uyguladı ve bu politikaların bir sonucu olarak Sovyetler Birliği'nin endüstrisi ve tarımı önemli ölçüde gelişti. Stalin'in tek ülkede sosyalizmi kurması için SSCB'nin gelişmiş ülke rejimlerine bir tehdit olmadığını, onlarla birlikte var olabileceğini göstermek gerekiyordu.

Almanya'nın Polonya'ya saldırmasının ardından 1 Eylül 1939'da Stalin Batı demokrasileriyle iş birliği yaptı. Savaşın sonu Stalin'in itibarı arttı. Tek ülkede sosyalizm anlayışını terk eden Stalin, Lenin döneminde yeniden "birçok ülkede sosyalizme" döndü. Stalin, Batı demokrasilerine duyduğu güvensizliğin ardından "Demir Perde" politikasını uygulayarak Soğuk Savaş dönemini başlattı. Doğu Bloku'nda komünistler güçlenmeye başladı. Cominform'u kuran Stalin, dünya devriminin merkezini SSCB'ye çevirdi. Stalin'in merkezîyetçiliğine karşı çıkan komünist lider Tito ve Çin lideri Mao, komünist olmalarına rağmen farklı bir çizgi izlediler. Uluslararası ilişkiler dengesi "iki kutuplu ve bağlantısız" olarak ikiye ayrıldı.

Anathar Kelimler: Stalin, SSCB Dış Politikası, Tek Ülkede Sosyalizm, Ekonomi Politikası

USSR Foreign Policy in Stalin Era

ABSTRACT

Stalin was born into a farming family. He was a man of an era when Marxists rose His thoughts were the product of the ideas of the Marxists but Stalin followed a different path from them. Towards the end of the 1920s, Stalin implemented a series of new radical economic policies, and as a result of these policies, the industry and agriculture of the Soviet Union developed significantly. For Stalin to establish socialism in one country, it was necessary to show that the USSR was not a threat to the regimes of the developed countries, but could exist with them.

On September 1, 1939, after Germany attacked Poland, Stalin collaborated with Western democracies. The end of the war Stalin's reputation increased. Abandoning the understanding of socialism in one country, Stalin again returned to "socialism in many countries" in the Lenin period. After his distrust of Western democracies, Stalin started the Cold War era by implementing the "Iron Curtain" policy. Communists began to grow stronger in the Eastern Block. By establishing the Cominform, Stalin turned the center of the world revolution to the USSR. Communist leader Tito and Chinese leader Mao, who opposed Stalin's centralism, followed a different line despite being Communists. The balance of international relations was divided into "bipolar and non-aligned".

Key Words: Stalin, USSR Foreign Policy, Socialism in One Country, Political Economy

The Comparative Analysis of Social Protection System in South Caucasus Region Countries

Assoc. Prof. Dr. Azer DILANCHIEV

International Black Sea University, Georgia

adilanchiev@ibsu.edu.ge

Orcid: 0000-0002-9899-6621

ABSTRACT

The paper analyses the social protection system in South Caucasus region (Armenia, Azerbaijan, Georgia). Since independence the social protection system in South Caucasus region have undergone several stages of transformation. Although these transformations were not always implemented in a coordinated manner and led to desired outcomes; however, they have created significant preconditions for developing the existing system. In general, the current social protection system is rather complex. It comprises multiple levels of governance, different actors, and several sub-components. All the public administration levels, starting from local to national, have some social protection functions, although the distribution of functions among them is fluctuating and not always clear. The main four sub-components of the system (social security, social insurance, social assistance, and social services) are under central government regulation. Along with state interventions, the non-governmental sector also has a substantial share in social services provision and funding. Based on the conducted analysis it was found that Social Protection System in South Caucasus countries fails to perform its functions effectively and, at best, only maintains the status quo or physically rescues vulnerable populations from year to year. Despite of the significant reforms conducted, in social protection system, the attention must be paid to ensuring an adequate level of payments, since often social benefits are insufficient to enable people to get out of poverty and insecurity in the South Caucasus region. For the situation to change, more complex policies need to be developed, with a closer link between economic and social policies.

Key words: Social Protection, South Caucasus Countries, Social System.

Introducing Positive Communication

Mr. Abdulatif Hajjismael AHMED

Anadolu University
taqwa4everything@gmail.com
orcid.org/0000-0003-4933-133X

ABSTRACT

Communication is the major key element in human interaction as they are social creatures. Naturally, human communication has both positive and negative aspects and to understand the complete view of communication effects, it is important to give attention to both sides. Even though social phenomena are full of both positive and negative emotional experiences, researches indicate that negative interactions episodes are disproportionately weighted in affecting the people's well-being or positive interactions. Positive communication scholars believe that the negative aspect of communication has been accentuated as opposed to the positive side. Indeed, this perspective was and is absolutely enriching and necessary, but it is incomplete. Thus, the new scholarship has shifted the paradigm from accentuating the negative side of human behaviour and communication to balancing the emphasis on both sides with more emphasis on the positive perspective. As an independent field of study, positive communication is a new and emerging branch within the communication discipline that works toward increasing happiness or well-being through interpersonal interactions. Thus, this paper aims to introduce the emerging paradigm shift in interpersonal communication by digging out the literature and theoretical reviews of the new approach of positive perspective in the disciplines such as positive psychology and positive communication, and to suggest on future directions.

Keywords: Anti-social, Pro-social, Paradigm Shift, Positive Communication, Happiness

The Scientific Context of Internationalization Engrossed the Human Values: An Analysis of The Basic Human Rights' Violation

Ms. BAKHTAWAR TALPUR

University of Sindh, Jamshoro
bakhtawar.talpur@usindh.edu.pk

Asst. Prof. Dr. SIRAJ NIZAMANI

University of Sindh, Jamshoro
bakhtawar.talpur@usindh.edu.pk

ABSTRACT

This exploration gives in depth analysis on the idea of internationalization in this global and current world order has totally lost its actual goal. This examination will look at that people are social creatures who 'tries to accomplish their task with the premises of time via ultimate alterations. Improvement of human qualities is one of the essential factors for the countries to deal with human tortures, mend materialistic harm and secure real delight for the people. That is like an unprecedented significance for developing states to progress in an innovative way to resolve the financial, political, and social matters. The expression of word "internationalization" illuminates the noteworthiness for an existence of security, nobility, and opportunity of past bounds. A significant part of the discussion over "Asian and Western" values get preliminary importance here. To evaluate this, the accomplished work will investigate the developing worries over the effect of internationalization has contracted the world to the limited zone and the real sense wiped off. This work will further brief out that on what grounds UN charter of Human affirmation and the Convention on the Prevention and Punishment of the Crime of Genocide received a progression on December 1948, were really brought to liken the endeavors and spot opportunity of articulation to carry on a real effort for freedom to live in a real sense but how such enactment has been abused to force the imperialism. Constantly, there have been a violation of human rights in Kashmir, Palestine, and Syria where individuals have been supposedly manhandled and their internal warfare has tormented a large number of human values consciences. The Responsibility to Protect implies that the worldwide society who receives logical innovation and make guarantee us of economic advancement should have a duty not to reject when the world is faced by these most terrible wars all around the globe explicitly in three sides of the earth Kashmir, Palestine and Syria. This examination will research through subjective examination by applying the narrative and exploratory instrument to review that with or without change, the western world purported the neo-liberalism are as yet associated with these hopeless atrocities and wrongdoings against human beings in Kashmir, Syria and Palestine. Issues categorizing with humane entree, spacing a political settlement, and finishing exemption for mass mayhems stay intricate and full of radical risk. Yet, the ineffectiveness to resolve any quagmire in this 21st century comprises a disastrous notable disappointment for the entire global society. The bitter reality simplifies an unspoken answer for the enduring of the Kashmiri, Palestinian and Syrian entities, yet that doesn't imply that the worldwide society should pick among attack and inaction.

Keywords: Context of Internationalization, Materialistic values, Political risk, Humanitarian access, Political risk, Globalisation and Insulation.

The Inevitable Need for new Skills on the Board of Directors

Asst. Prof. Dr. Alessio Faccia

Coventry University, England
alessio.faccia@gmail.com
Orcid: 0000-0001-7231-6774

Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere

Università di Foggia, Italy
luigi.cavaliere@gmail.com
Orcid: 0000-0003-3169-567X

ABSTRACT

The unstoppable and tumultuous evolution of the economy, technologies, and its driving sectors is leading to an essential need to include highly specialized profiles of professionals in the board of directors of companies.

Corporations cannot now neglect specializations and qualifications which, until a few years ago, did not even exist. Reference should be made especially to technical skills in areas such as IT audit, corporate fraud examination, cybersecurity, to ensure advanced and comprehensive corporate governance. All these specializations are not only essential to comply with the growing regulatory obligations, in particular in the field of corporate governance, but especially to ensure business continuity, the survival of the corporation in an environment characterized by increasing risks and uncertainties.

In this research, the emphasis is mainly on two figures, determined by qualifications and certifications, such as CFE (Certified Fraud Examiner) and CISA (Certified Information Systems Auditor) / CISSP (Certified Information Systems Security Professionals), who should hopefully be considered essential requirements of at least one non-executive board member of all corporations.

Keywords: Board of Directors, Economy, Technologies, CFE, CISA

**US-China Bilateral Trade Tension Impact on Palm Oil Industry
A Case Study: Dupont Approach to Financial Performance Analysis of PT
Astra Agro Lestari, TBK**

Asst. Prof. Dr. Wiwiek Mardawiyah DARYANTO

Sekolah Tinggi Manajemen IPMI

wiwiek.daryanto@ipmi.ac.id

Orcid ID: 0000-0003-3582-5857

Andi WIBOWO

Sekolah Bisnis dan Manajemen, Institut Teknologi Bandung

andi.wibowo@pom.go.id

Orcid ID: 0000-0002-2257-967X

Akhmad Kamaluddin JAFFAR

Sekolah Bisnis dan Manajemen, Institut Teknologi Bandung

akhmad.kamaluddin@pom.go.id

Orcid ID: 0000-0002-6980-7780

ABSTRACT

The US-China bilateral trade tensions began in early 2018. The tension between two giant economic power, bring the uncertainty market condition of an agricultural commodity like Palm Oil. As a source of vegetable oil, palm oil contributes nearly a fifth of oils and fats production in the world. Indonesia is the largest producer of Palm Oil in the world. Then until 2019, the major trading partner of Indonesian Palm Oil is China in the top list. This study takes PT. Astra Agro Lestari Tbk (AALI) as the analysis model since PT AALI is the largest agribusiness company listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) measured by market capitalization. This research analyzes the financial performance comparison of AALI before Trade Tension of US-China (2016-2017) and after (2018-2019) by using the DuPont system based on analysis of Return on Equity (RoE) and Return on Assets (RoA) model. It was found that the US-China Trade Tension did not significantly impact the company's financial performance. However, there is a difference in absolute term, particularly in operating income which affects the whole RoE on DuPont analysis.

Keywords: Financial Performance, Crude Palm Oil (CPO), DuPont Analysis

Financial Literacy and Affordable Credit on the Performance of Agricultural Entrepreneur in Northern Nigeria: Paradigm Shift in Islamic Perspectives

Abubakar Ado ADAMU

Ahmadu Bello University, Nigeria
abubakaraa@abu.edu.ng, wadadanlami@yahoo.com

Nasiru ABDULLAHI

Ahmadu Bello University, Nigeria
elnasir@gmail.com

Mohammed Aliyu DANTSOHO

Ahmadu Bello University, Nigeria
aliyudantsoho@yahoo.com

Yazeed MUHAMMED

Ahmadu Bello University, Nigeria
yazeedmuhammed3@gmail.com

Aliyu Audu GEMU

Ahmadu Bello University, Nigeria
aliyugemu@gmail.com

Abdullahi Hamid ZAKARI

Ahmadu Bello University, Nigeria
abdullahizakari2247@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this paper is to investigate financial literacy and affordable credit that can affect performance of agricultural entrepreneur in Northern Nigeria. Research conducted on the agricultural entrepreneur of Kano, Kaduna and Katsina state, the study was cross sectional survey, and the population of the study is (17,276). The study collects the data by using the questionnaire technique and selects the sample size of 588 agricultural entrepreneurs. The data was analysed using SPSS version 22 and the technical meaning of survey questionnaire yielded valuable findings. The validity of the measure and model demonstrated that the survey instrument correctly represented the phenomenon under investigation. Similarly, the testing of the hypothesis showed support for the research model when tested in context of Islamic financial inclusion. Overall, the findings from this research indicated that financial knowledge and financial goal of financial literacy from Islamic perspective influence an individual's level of getting affordable credit for agricultural entrepreneur and promote Islamic value towards improved image of Muslim world. Thus financial literacy significantly influences performance of agricultural entrepreneur and affordable credit positively affect performance of agricultural entrepreneur in Northern Nigeria. Additionally, Islamic financial model positively moderate the effect of financial literacy and affordable credit on performance of agricultural entrepreneur those with lower-incomes and/or moderate financial status. This research addresses questions on the effects of financial literacy and affordable credit from Islamic perspective posed in the literature. The research drew Starting with Islamic financial inclusion as new phenomena to sustained economic growth and development particularly in Northern Nigeria, given the high poverty level among the populace from the region. The study recommend that IsDB should introduce literary centres for financial inclusion education from Islamic perspective and open micro-finance gateway for access to affordable credit in the region.

Keywords: Financial Literacy, Affordable Credits, Performance of Agricultural Entrepreneur, and Islamic Financial Inclusion

Entrepreneurial Opportunity Through Use of Earth-Worm Based Manure in India: An Exploratory Study

Asst. Prof. Dr. Analjyoti BASU

Assam Kaziranga University, Jorhat, Assam, India

analjyoti@kazirangauniversity.in

Orcid: 0000-0001-7614-8499

ABSTRACT

The present-day world is focusing on sustainable development. The key solution for it would be, using available local resources through participatory management. In this context, Earth-Worm-based organic manure, vermicompost, and vermishash are essential. The earth-worm based manure replaces chemical manures, and this is placing an important argument in favor of sustainable development through green practices. However, the present study does not concentrate on the utility of the vermi-products (vermicompost and vermishash) in providing good health of soil, plants, animals, human beings, and other living beings. It is mainly focusing on the fact that vermi-products based products have great employment-generating potentiality apart from its traditional organic utility. The employment-generating potentiality is mainly necessary for India because its large population is under the grip of unemployment. The paper first discusses the points regarding the vermi-products conducive to creating a positive economic environment in terms of opportunity generation, wealth generation, land use and employment generation. Further, in the domain of economic environment generation and development, the help of the Modular Approach is taken. The Modular Approach will focus on different employment generation avenues by using the vermi-products through Research Approaches on vermi-products, Cluster Development Approach and Self-help Group Approach for job generation, NGO and Governmental Approach for job generation, and finally Mixed Approaches with vermi-product generation for employment.

Keywords: Organic Manure, Vermi-Products, Employment

The Impact of Brand Value Constituent Factors on Brand Value: A Case Study of Ocarina Brand in Kabul City

Academic Member Samiullah NAEEMI

Kabul University
s_naeemi@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-6273-8137

Ph.D. Candidate Hamayoun GHAFURZAY

Ankara Haci Bayram Veli University
hamayoun.ghafurzay@yahoo.com
ORCID: 0000-0001-8156-9407

ABSTRACT

A brand is one of the most significant phenomena that directly affect the purchase intention of the customers. A brand is important because it creates distinct values in the minds of the customers. Brand value is a combination of brand loyalty, brand awareness, brand association, brand image, and perceived quality. These factors create positive or negative thoughts in the customers' minds about different types of the brand's products. In this study, the data is collected from 663 respondents from Kabul, Afghanistan, by using survey techniques to determine the factors that affect the brand's value. As a result of the data analysis, these factors (brand loyalty, perceived quality, brand association, and brand image) positively affect brand value. However, brand awareness does not affect the brand's value positively.

Keywords: Brand Association, and Image.

Increasing Power of Digital Technologies Covid-19 Impact Accelerating Dynamics of E-Commerce

Dr. Nasiye ıgdem ULUÇ

Abbott Laboratories

ncigdem.uluc@gmail.com

Orcid ID: 0000-0002-0035-171

ABSTRACT

Use of e-commerce and digital marketing have widely expanded in every business. Major reasons of increasing utilization in the arena of e-commerce can be referred as the need for faster service, easier access to wide range of practices and solutions for customers. Although the digital technologies are highly encouraged and widely used globally, there are still some remarkable challenges regarding security and data privacy.

Recently, the COVID-19 crisis has brought incredible change to the manner companies in all sectors and regions do business and as a consequence many research results reflect the common outcome that the funding in digital initiatives and marketing has increased remarkably. This is obvious due to the growing demand of consumers on digital platforms based on circumstances that changed with Covid impacts.

In that respect, we see more and more of businesses and companies increasing their penetration and visibility in e-commerce platforms. Although there are still many end-users having doubts and concerns for e-commerce transactions based on security and sometimes for quality, there are also many people using e-commerce extensively and not caring so much on those threats.

Unquestionably, this increasing trend in e-commerce is closely linked with new strategy requirements for all businesses to differentiate while also critical for many new users to in terms of adaptation, practices and habits.

This unique study analyzes, the ongoing challenges of e-commerce and digital technologies based on consumer insights as with Covid_19 impact e-commerce has improved its power in daily life with an expected acceleration and growth in the future.

The results of this research indicate that e-commerce in all business lines are expected to have positive outcomes regarding time, financial efficiency with the possibility of easy access to variety of choices as long as data privacy and security are firmly regulated and protected as well as reliability of digital platforms are improved.

Equally, linked with the expected improvement of security in digital platforms, the progress in technological infrastructure globally is crucial. The study also presents that, the accelerating cultural digital adaptation of consumers give a clear sign that e-commerce and digital marketing will continue to grow and mature, setting a critical role in global sales and marketing platforms over the coming years.

Keywords: Digital Technologies, E-Commerce, Covid Impact, Consumer Views

Irregularity vs Regularity: The Perception of Sub-Saharan Migrants of the Impact of Regularization

Dr. Nadia ELAMRI

Sidi Mohamed Ben Abdellah University, Fez
amri89nadia@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9156-2230

ABSTRACT

The legal status is a significant factor that shape individuals' migratory experiences throughout migration processes. This paper seeks to highlight sub-Saharan migrants' perception of the impact of regularization on shaping several aspects of their lives within the Moroccan society. The presence of sub-Saharan migrants in Morocco has become more noticeable in the last fifteen years. It is estimated that a great number of sub-Saharan migrants, driven by multiple motives, enter Morocco for the aim of crossing the borders to Europe. As a response to the growing number of immigrants and to other political objectives, Morocco's migratory policies shifted from a security-based approach to a more human-based approach. Morocco launched a new law of migration since 2014. The aim of this new law is to regularize the irregular status of migrants and to enhance their integration. This paper is part of my PhD. thesis that relied on a mixed-methods approach. The qualitative method comprises of conducted interviews with eight sub-Saharan migrants in Fez, whereas the quantitative method involves a carried out survey with 112 sub-Saharan migrants in Tangier and in Fez. The investigation captures the fact that regardless of the vulnerabilities the irregularity produces, sub-Saharan migrants expressed ambivalent standpoints.

Keywords: Sub-Saharan, Regularization, Irregular Migration, Integration.

Yeşil Pazarlama ve Yeşil Muhasebe Alanında Yapılan Akademik Çalışmalar Üzerine Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL

Kayseri University, Vocatioanal School

ssumerli@kayseri.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-3820-6288

Dr. Aybüke YALÇIN

Ankara Hacı Bayram Veli University, Land Registry Cadastre Collage

aybuke.yalcin@hbv.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-2414-0713

ÖZET

İnsan istek ve ihtiyaçlarının sonsuz, buna karşılık kaynakların ise kıt olması ikilemi sürdürülebilirlik üzerine yoğunlaşmayı gerektirmektedir. Daha fazla tüketim için daha fazla üretimin olması gerekmektedir. Kaynakların kontrolsüzce kullanımı ve tüketim şüursuzluğu kara, hava ve denizlerin atıklarla dolmasına, kirliliğin giderek artmasına sebep olabilmektedir. Dolayısıyla sürdürülebilirlik üzerine daha fazla düşünülerek çevresel duyarlılığın artırılması gerekmektedir. Sanayileşme süreci ile birlikte ortaya çıkan çevre sorunları ciddi boyutlara ulaştıncı, gelişmiş ülkeler tarafından bu sorunları önleyici ya da azaltıcı çareler aranmaya başlanmıştır. İşletmeleri bu çevresel sorunlara karşı duyarlı ve ilgili davranmaya sevk eden gerekçe çevresel etkilerin son dönemlerde çok önemli boyutlara ulaşmasıdır. Bu sebeplerden ötürü çevre ile alakalı sorunlar küresel olarak ele alınıp, ardından çözüm için gerekli görülen adımlar atılmalıdır. Sanayileşmeye paralel olarak yaşanan çevre sorunları, sürdürülebilir kalkınma kavramının öneminin zamanla daha iyi anlaşılmasına neden olmuştur.

Amaç: Artan çevresel duyarlılık ve işletmelerin çevresel duyarlılığı dikkate alma gereksinimi yeşil pazarlama ve yeşil muhasebe yaklaşımların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bilginin üretilmesinde ve üretilen bilginin alanına yönelik gelişmenin sağlanabilmesinde akademik çalışmalar kritik önem taşımaktadır. Dolayısıyla araştırmanın amacı, literatürde yeşil pazarlama ve yeşil muhasebe alanına yönelik çalışmaların incelenmesidir.

Yöntem: Bibliyometrik analiz, belirli bir bilgi alanındaki gelişimi göstermektedir. Araştırmaların eğilimini analiz etmek, ortaya çıkan bilim alanlarını belirlemek, makalelerin nerede ve hangi sıklıkla yayınlandığını tespit etmek için kullanılmaktadır. Bibliyometri, yayınlar, atıf yapılan referanslar, sözcük öbekleri, cümlecikler, atıflar, birlikte atıflar, yazarlık ve yapısal veriden gizli kalıpları çıkartabilecek özelliklerle ilgili farklı göstergelerin kullanımı yoluyla bilgi araştırır (Gündüz, 2018: 241). Dolayısıyla çalışmada yeşil pazarlama ve yeşil muhasebe alanına yönelik makaleler ve lisansüstü tezler bibliyometrik analiz kullanılarak incelenmiştir. Alanlara yönelik makaleler, Google Scholar ve Web of Science veri tabanlarında, yıl sınırlaması olmaksızın taratılarak geçmişten günümüze tablo yardımı ile gösterilmiştir. Aynı zamanda alana yönelik Türkiye’de yazılan lisansüstü tezler Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezi aracılığı ile taratılarak incelenmiştir.

Önemli Bulgular: Çalışmada, yeşil pazarlama ve yeşil muhasebe alanına yönelik ayrı ayrı çalışmalar olmasına karşın bir arada ele alındığı çalışmaların neredeyse hiç olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yeşil pazarlama anlayışı ve yeşil muhasebe uygulamalarını bir arada ele alan tek tez çalışması 2019 yılında yazılmış olan bir yüksek lisans tezidir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Pazarlama, Yeşil Muhasebe, Sürdürülebilirlik

A Research on Academic Studies in The Fields of Green Marketing and Green Accounting

ABSTRACT

The dilemma that human wants and needs are endless and resources are scarce necessitates focusing on sustainability. There must be more production for more consumption. Uncontrolled use of resources and unconscious consumption can cause land, air and sea to be filled with wastes and increasing pollution. Therefore, environmental sensitivity should be increased by thinking more about sustainability. When the environmental

problems that emerged with the industrialization process reached serious dimensions, preventive or reducing remedies were sought by developed countries. The rationale that leads businesses to act sensitive and concerned with these environmental problems is that environmental impacts have recently reached very important levels. For these reasons, environmental problems should be addressed globally, and then necessary steps should be taken for a solution. Environmental problems in parallel with industrialization have led to a better understanding of the importance of the concept of sustainable development over time.

Aim: Increasing environmental awareness and the need to take into account the environmental sensitivity of businesses have led to the emergence of green marketing and green accounting approaches. Academic studies are of critical importance in the production of knowledge and in achieving development in the field of the produced knowledge. Therefore, the aim of the research is to examine the studies in the literature on green marketing and green accounting.

Method: Bibliometric analysis is to show the development in a particular field of knowledge. It is used to analyze the trend of research, to identify emerging fields of science, to determine where and how often articles are published. Bibliometry explores information through the use of different indicators related to publications, cited references, phrases, phrases, citations, co-citations, authorship, and features that can extract hidden patterns from structural data (Gündüz, 2018: 241). Therefore, articles and postgraduate theses on green marketing and green accounting were examined using bibliometric analysis. Articles related to the fields have been scanned in Google Scholar and Web of Science databases without any year limitation and shown with the help of tables from past to present. graduate thesis written in Turkey were examined for the same time then scanned through the Council of Higher Education Thesis Center.

Important Findings: In the study, it was concluded that although there are separate studies on green marketing and green accounting, there are almost no studies that are handled together. The only thesis that addresses green marketing understanding and green accounting practices together is a master's thesis written in 2019.

Keywords: Green Marketing, Green Accounting, Sustainability

Hizmet Sektöründe Kalite Değeri Yüksek Firmaların Yeşil Pazarlamayı Uygulama Biçimleri

Ebru MERT

Okan University, Institute of Science
mertebru94@gmail.com
Orcid: 0000-0002-6282-5951

ÖZET

Hizmet sektöründe tüketici tarafında kalite anlayışı ve bunun ölçülebilirliği çoğu araştırmaya konu olmuştur. Son yıllarda hizmet sektöründe bulunan kalite değeri yüksek işletmelerin yeşil pazarlamayı uygulayarak tüketicide farklı algılar bıraktığı gözlemlenmiştir. Yeşil pazarlama, oldukça yeni ve hakkında en eski 2010 senesinde veriler bulunan bir pazarlama modeli olup, son dönemde kalite değeri yüksek firmaların bu pazarlama türünü kullanma sıklığı artmıştır. Bu araştırma modelinde hizmet sektöründe yer alan ve kalite değeri yüksek işletmelerin yeşil pazarlamayı kullanım biçimlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu araştırma, yeşil pazarlama uygulamasının nelere hizmet ettiği, kalite değeri yüksek firmaların yeşil pazarlamayı nasıl uyguladığı, tüketicide oluşturabilecek etkisi ve günümüzde çevre dostu ürünlerin aslında gelecek nesillere daha temiz bir çevre bırakmak açısından ne kadar önemli olduğu konusunda işletmelerin yeşil pazarlamayı uygulamasında katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Pazarlama, Kalite, Çevre, Hizmet

The Ways of Green Marketing by Companies with High Quality in the Service Sector

ABSTRACT

The understanding of quality and measurability by the consumers in the service sector has been the subject of most studies. Recently, it has been observed that companies which have high quality value in the service sector create different perceptions in consumers by applying green marketing. Green marketing is a fairly new marketing model with the oldest data in 2010, and the frequency of using this type of marketing by companies which have high quality has increased recently. In this research model, it is aimed to examine the use of green marketing by companies which have high quality in the service sector. This study aims to contribute to the green marketing practice of companies in terms of what the green marketing application serves, how companies with high quality value apply green marketing, the effect that it can create on the consumer, and how important environmentally friendly products are in terms of leaving a cleaner environment for future generations.

Keywords: Green Marketing, Quality, Environment, Service

Havaalanı Yönetim Stratejileri: Havaalanı Simülasyonları ile Uygulama

Assoc. Prof. Dr. Savaş S. ATEŞ

Eskisehir Technical University
ssates@eskisehir.edu.tr
Orcid; 0000-0003-2462-0039

Res. Asst. Ezgi FİLAZOĞLU

Nisantasi University
ezgi.filazoglu@nisantasi.edu.tr
Orcid; 0000-0001-9572-7074

ÖZET

Günümüzde teknolojinin gelişmesi birçok alanda olduğu gibi eğitim alanında da yeniliklere yol açmıştır. Bu yeniliklerden birisi de eğitsel yazılımların kullanımı olmuştur. Eğitsel yazılımlar öğrencinin öğrendiği teorik bilgilerin sanal bir ortamda pratiğe dökülmesi olarak özetlenebilir. Görsel unsurlarla öğrenmenin daha iyi sonuçlar verdiği bilinen bir gerçektir. Bu sebeple eğitsel yazılımların kullanımı her geçen gün artmaktadır.

Bu çalışmada ise eğitsel yazılımların havacılık yönetimi bölümünde kullanılabilirliği üzerine araştırmalar yer almaktadır. Havacılık yönetimi bölümü havacılık alanında yöneticiler yetiştirme misyonuna sahiptir ve öğrencilere yönetim ile ilgili teorik birçok ders vermektedir. Ancak diğer bölümlerde olduğu gibi (Hava trafik kontrol, Uçak gövde motor bakım, Havacılık elektrik elektroniği, Pilotaj) havacılık yönetimi bölümünde bu bilgileri gerçek hayatta nasıl kullanacaklarını gösteren simülasyon veya laboratuvar gibi uygulamalı dersler mevcut değildir. Bu durum öğrenciler mesleğe başladıkları zaman bazı zorluklar yaşamalarına sebep olmaktadır.

Araştırmanın amacı farklı havaalanı yönetimi simülasyonlarının karşılaştırılmasıdır. Araştırma sonucunda havacılık yönetimi bölümünde havaalanı yönetimi konusundaki derslerin hangi simülasyon ile desteklenebileceğine yönelik uygulama yapılmıştır. Havacılık yönetimi öğrencilerinin mesleki gelişime katkıda bulunabilecek simülasyonlar değerlendirilmiştir. Farklı senaryolarla havaalanı yönetimi stratejilerini destekleyebilecek simülasyonlar oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Eğitsel Yazılım, Simülasyon, Havaalanı Yönetimi

Airport Management Strategies: Application with Airport Simulations

ABSTRACT

Today, the development of technology has led to innovations in education, as in many other fields. One of these innovations was the use of educational software. Educational software can be summarized as putting the theoretical knowledge learned by the student into practice in a virtual environment. It is a known fact that learning with visual elements give better results. For this reason, the use of educational software is increasing day by day.

In this study, there are researches on the usability of educational software in aviation management department. The aviation management department has a mission to train managers in the field of aviation and provides students with many theoretical courses on management. However, as in other departments (Air traffic control, Aircraft body engine maintenance, Aviation electrical electronics, Pilotage), there are no applied courses such as simulation or laboratory that show how to use this information in real life. This situation causes students to have some difficulties when they start their profession.

The aim of the research is to compare different airport management simulations. As a result of the research, an application has been made on which simulation can be used to support the courses on airport management in the aviation management department. Simulations that can contribute to the professional development of aviation management students were evaluated. Simulations that can support airport management strategies with different scenarios have been created.

Keywords: Educational Software, Simulation, Airport Management

Üniversite Öğrencilerinin Liderlik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA

Canakkale Onsekiz Mart University

polatyucekaya@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5000-9711

ÖZET

Girişimcilik kavramı önemini her gün artıran bir kavram olup, ülke ekonomileri için vazgeçilmez derecede değerlidir. Girişimcilik ülkelerin refah düzeyleri üzerinde de etkilidir. Girişimcilik eğilimi kişilik özellikleri, demografik özellikler, çevresel unsurlar gibi pekçok faktör ile ilişkilidir. Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ile liderlik özellikleri arasındaki ilişkileri incelemektir. Bu amaçla 2020 yılı Mayıs ayında kolayda örneklem yöntemi ile Çanakkale Onsekiz Mart üniversitesi öğrencilerinden 174 kişiden anket aracılığı ile veri toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak kullanılan anket üç bölümden oluşmakta olup demografik özellikler için 11 soru sorulmuştur. Ankette yer alan ölçekler için, Bass ve Avolio (1995) tarafından geliştirilen ve 35 ifadeden oluşan çok faktörlü liderlik ölçeği (MLQ 5X-Short), girişimcilik eğilimi için ise 6 ifadeden oluşan Smart ve Conant (1994) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Toplanan veriler istatistiki analiz programı yardımıyla analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre çok faktörlü liderlik ölçeği dönüşümcü ve etkileşimci liderlik olmak üzere iki boyutta incelenmekte olup, öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile dönüşümcü liderlik özellikleri arasında pozitif yönlü bir korelasyon olduğu ve girişimcilik eğilimindeki artışın dönüşümcü liderliği olumlu yönde etkilemekte olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Dönüşümcü Liderlik, Etkileşimci Liderlik

A Research on the Leadership Features and Entrepreneurial Orientation of University Students

ABSTRACT

The concept of entrepreneurship is a concept that increases its importance every day and is indispensable for the economies of the country. Entrepreneurship also affects the welfare levels of countries. Entrepreneurial orientation is associated with many factors such as personality traits, demographic features, and environmental factors. The aim of this study is to examine the relationship between entrepreneurial orientation and leadership characteristics of university students. For this purpose, data were collected from 174 students of Çanakkale Onsekiz Mart University through a questionnaire in May 2020 with the easy sampling method. The questionnaire used as data collection tool consisted of three parts and 11 questions were asked for demographic characteristics. For the scales in the questionnaire, the multi-factor leadership scale (MLQ 5X-Short), which consists of 35 statements, and which was developed by Bass and Avolio (1995) was used. For entrepreneurship orientation, the scale developed by Smart and Conant (1994) consisting of 6 statements was used. The collected data was analyzed with the help of statistical analysis program. According to the results of the analysis, the multifactor leadership scale was studied in two dimensions: transformative and interacting leadership. It has been found that there is a positive correlation between students' entrepreneurial orientation and transformational leadership traits, and that the increase in entrepreneurial tendencies positively affects transformational leadership.

Key Words: Entrepreneurial, Entrepreneurial Orientation, Transformational Leadership, Transactional Leadership

Türkiye’de Z Kuşağının Siyasi Kanaatinin Oluşumunda Medyanın Rolü

Asst. Prof. Dr. Uğur ORAL

Yasar University

ugoral@gmail.com

Orcid: 0000-0001-7460-0381

ÖZET

1990’lı yılların ikinci yarısında doğan ve Z Kuşağı olarak da adlandırılan kesim, bugün itibarıyla 2,47 milyar nüfusuyla dünya popülasyonunun %32’sini, yani en kalabalık yaş grubunu oluşturmaktadır. Türkiye’de de genel nüfusun %25’ini oluşturan Z Kuşağı’nın karşılığı olan kitle, toplumsal yaşamı kendi değerleri ve yaşam biçimleri ışığında yeniden yapılandırırken, modadan ekonomiye, tüketim alışkanlıklarından iletişime kadar hemen hemen her alanda tercihlerini belirleyici unsur haline getirmektedir. Bu evrilme sürecinden en çok etkilenmesi beklenen alanlardan biri de doğal olarak siyaset kurumudur. Geleceğin siyaset yapma biçimi ve politik yaklaşımları Z Kuşağı’nın kriterleri ışığında yeniden dizayn edilecektir. Dolayısıyla, Z Kuşağının siyasi kanaatlerinin nasıl oluştuğunu, hangi etkenlerin hâkim olduğunu bilmek, siyaset kurumunun yarınlarına dair rasyonel öngörülerin geliştirilmesi açısından çok önemlidir.

Medya, toplumun genel kanaatlerinin oluşumunda en etkili güçlerden biridir. Ancak “İnternet çocukları” olarak da adlandırılan Z Kuşağının medya ile etkileşimi de farklılaşmaktadır. Çalışmaya konu olan araştırmamızın bulguları, geleneksel medyanın Z kuşağı üzerindeki etkisinin gittikçe azaldığını göstermektedir. Özellikle akıllı cep telefonlarının kullanımının yaygınlaşmasıyla zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldıran yeni medya Z Kuşağı tarafından çok daha cazip bulunmakta, günümüzün dijital iletişim sistemleri genel kanaatlerin oluşumunda başat rol üstlenmektedir.

Yaptığımız araştırma Türkiye’de Z Kuşağının siyaseti ve siyasi gelişmeleri çok yakından takip ettiğini ortaya çıkarmaktadır. Araştırma sorularına yanıt veren gençlerin %89’u seçimlere katıldığını ve oy kullandığını belirtmektedir. Türkiye’de gerçekleştirilen son ulusal seçim olan 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde katılımın %84,6 olduğu düşünüldüğünde Z Kuşağının seçmen duyarlılığının Türkiye ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, 10 milyona ulaşan bir seçmen kitlesini temsil eden Z Kuşağının kanaati, önümüzdeki yıllarda Türkiye siyasetini belirleyen en önemli faktörlerden biri olacaktır. Araştırmada Z Kuşağı gençliğinin geleneksel propaganda yöntemlerinden etkilenmediği bulgusuna ulaşılmış ve gençlerin %47’si siyasi gelişmeleri sosyal medyadan, %29’u ise internet medyasından takip ettiğini belirtmiştir. Bu sonuçlar, gelecekte mevcudiyetini korumak ve gücünü pekiştirmek isteyen siyasi partiler ve siyasetçiler için Z Kuşağına ulaşmalarının, bu kesimi ikna edebilmelerinin önemini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, araştırmamızın bulgularına göre, siyaset kurumunun yeni medya ile ilişkilerini gözden geçirmesinin önemi, aynı zamanda geleneksel medyanın da yeni bir yapılanma içine girmesinin gerekliliği öne çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, Medya, Siyaset, Yeni Medya

The Role of the Media in the Formation of the Political Opinion of Generation Z in Turkey

ABSTRACT

The segment, which was born in the second half of the 1990s and also called Generation Z, constitutes 32% of the world population, ie the most crowded age group, with a population of 2.47 billion as of today. The mass, which is the equivalent of Generation Z, which also accounts for 25% of the general population in Turkey, restructures social life in the light of its own values and lifestyles, making its preferences a determining factor in almost all areas, from fashion to the economy, from consumption habits to communication. One of the areas that are expected

to be affected the most by this evolution process is naturally the political establishment. The politics and political approaches of the future will be redesigned in the light of Generation Z's criteria. Therefore, it is very important to know how the political opinions of Generation Z are formed and which factors are dominant in terms of developing rational predictions about the future of the political establishment.

The media is one of the most influential forces in the formation of the general opinion of society. But the interaction of Generation Z, also called "Internet children," with the media also differs. The findings of our research, which is the subject of the study, show that the impact of traditional media on Generation Z is gradually decreasing. New media, which eliminates the limitation of time and space, is much more attractive to Generation Z, especially with the widespread use of smart mobile phones, and today's digital communication systems play a major role in the formation of general beliefs.

Our research reveals that Generation Z in Turkey follows politics and political developments very closely. 89% of young people who answered research questions stated that they participated and voted in elections. Considering that the turnout in the 31 March 2019 local elections, the last national election in Turkey, was 84.6%, it is seen that the voter sensitivity of Generation Z is higher than the average in Turkey. Therefore, the opinion of Generation Z, which represents an audience of voters reaching 10 million, will be one of the most important factors determining Turkish politics in the coming years. The study found that Generation Z youth were not influenced by traditional propaganda methods, and 47% of young people said that they follow political developments on social media and 29% on internet media. These results demonstrate the importance of reaching Generation Z and convincing this segment for political parties and politicians who want to maintain their presence and consolidate their power in the future. Therefore, according to the findings of our research, the importance of reviewing the relations of the political institution with the new media, as well as the need for the traditional media to enter into a new structure is highlighted.

Keywords: Generation Z, Media, Politics, New Media

İşletme Yönetiminde Diyalojik İletişimin Rolü: Bir Derleme Çalışması

Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK

Adiyaman University
gkirpik@adiyaman.edu.tr
Orcid: 0000-0003-4785-9624

ÖZET

Covid-19 pandemisiyle birlikte, işletmelerin internet ve yeni iletişim teknolojileri araçlarından yararlanma düzeyi son derece artmıştır. Kent ve Taylor (1998) tarafından ileri sürülen “diyalojik iletişim”, Facebook, Twitter, Youtube ve Blog paylaşımları gibi sosyal ağ siteleri sayesinde gelişmiştir. “Diyalog zemininde sürdürülen iletişim”, “çift yönlü iletişim”, “diyaloga dayalı iletişim” ya da “iki yönlü simetrik iletişim” olarak tanımlanan, “diyalojik iletişim”, işletmelerin sürdürülebilirlikleri açısından çok önemli bir kavramdır. Bu çalışmada, diyalojik iletişimin işletme yönetimindeki rolünün ortaya konulması amaçlanmıştır. Söz konusu kavramın kullanıldığı çalışmaların literatür taramasıyla incelenmesi, birlikte kullanıldığı örgütsel kavramların, ilişki ve etki durumlarının da belirlenmesi ve bu doğrultuda yöneticilere ve gelecekteki araştırmacılara yönelik önerilerin geliştirilmesi çalışmanın ikincil amaçları arasındadır. Bu bağlamda, Science Citation Index (SCI) veri tabanında “dialogic communication”, “management” yazıldığında 9 derleme makalesi ve 268 araştırma makalesi olmak üzere 277 makaleye ulaşılmıştır. 277 makale bu çalışmanın ana küntlesini oluşturmuştur. Ancak, bu çalışmada diyalojik iletişim sadece işletme yönetimi açısından ele alınacağından, işletme ve yönetim ile ilgili olan makaleler seçilmiş ve diğer çalışmalar kapsam dışı bırakılmıştır. Buna göre, 2011-2020 yılları arasında yayımlanan SCI veri tabanındaki toplam 21 makale literatür taramasına dahil edilmiştir. Ayrıca, ulusal yazın ile ilgili Google Scholar veri tabanında ise “diyalojik iletişim”, “işletme yönetimi” yazıldığında 254 akademik çalışmaya ulaşılmıştır. Ancak ulaşılan çalışmaların çoğu, belediye yönetimi, kamu yönetimi, sivil toplum kuruluşlarının yönetimi ve halkla ilişkiler ile ilgili olduğundan sadece işletme yönetimi ile ilgili olduğu düşünülen 2010-2020 yılları arasında yayımlanan 25 akademik çalışma literatür kapsamına dahil edilmiştir. Dolayısıyla, literatür taraması ulusal ve uluslararası düzeyde toplam 46 akademik çalışma ile gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması sonucunda, diyalojik iletişimin özellikle COVID-19 pandemisi döneminde işletmelerin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemli rolünün olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, işletme yönetiminde diyalojik iletişim kavramının, “örgütsel etkinliğin artırılması”, “stratejik iletişim yönetimi”, “finansal iletişim”, “kurumsal itibar yönetimi”, “marka yönetimi”, “kurumsal sosyal sorumluluk”, “kurumsal vatandaşlık anlayışı” ve “kurumsal paydaş yönetimi” gibi kavramlarla ilişkili olduğu ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, diyalojik iletişim kavramının, örgütsel/kurumsal iletişim, kültürlerarası iletişim, marka iletişimi, dijital iletişim, pazarlama iletişimi ve stratejik iletişim kavramları ile de birlikte çalışıldığı gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Diyalojik İletişim, İşletme Yönetimi, COVID-19 Pandemisi

The Role of Dialogical Communication in Business Management: A Review Study

ABSTRACT

With the Covid-19 pandemic, the level of use of the internet and new communication technologies has increased immensely. “Dialogical communication”, put forward by Kent and Taylor (1998), has developed thanks to social networking sites such as Facebook, Twitter, Youtube and Blog posts. “Dialogical communication”, which is defined as “communication on the basis of dialogue”, “two-way communication”, “dialogue-based communication, or “two-way symmetrical communication”, is a very important concept for the sustainability of businesses. In this study, it is aimed to reveal the role of dialogic communication in business management. The

secondary objectives of the study are to examine the studies in which the said concept is used, to determine the organizational concepts, relationships and impact states in which it is used together, and to develop suggestions for managers and future researchers in this direction. In this context, with writing "dialogic communication" and "management" in the Science Citation Index (SCI) database reached 277 articles, including 9 review articles and 268 research articles. 277 articles formed the main population of this study. However, since dialogic communication will only be handled in terms of business management in this study, articles on business and management were selected and other studies were excluded. Accordingly, a total of 21 articles in the SCI database published between 2011-2020 were included in the literature review. In addition, 254 academic studies were reached when "dialogic communication", "business management" was written in the Google Scholar database on national literature. However, since most of the studies obtained are related to municipal administration, public administration, the management of non-governmental organizations and public relations, 25 academic studies published between 2010-2020 were included in the scope of the literature. Therefore, the literature review was carried out with a total of 46 academic studies at national and international level. As a result of the literature review, it has been determined that dialogic communication has a very important role in terms of the sustainability of businesses, especially during the COVID-19 pandemic. In addition, it has been determined that the concept of dialogic communication in business management is associated with concepts such as increasing organizational effectiveness, strategic communication management, financial communication, corporate reputation management, brand management, corporate social responsibility, corporate citizenship understanding, and corporate stakeholder management. Moreover, it has been observed that the concept of dialogic communication is also studied with the concepts of organizational / corporate communication, intercultural communication, brand communication, digital communication, marketing communication and strategic communication.

Keywords: Dialogical Communication, Business Management, COVID-19 Pandemic

Onlar İçin Durmak Yok, Sürekli Çalışmak Var: Ev Temizliği Endüstrisindeki “Öteki Kadınlar”

Dr. Mehmet KAPLAN

Isparta University of Applied Sciences
mehmetkaplan@isparta.edu.tr
Orcid: 0000-0002-1359-1028

Dr. Öğr. Üyesi Berna Turak KAPLAN

Isparta University of Applied Sciences
bernaturak@isparta.edu.tr
Orcid: 0000-0001-6321-2981

ÖZET

Ev temizliği endüstrisi temizlik endüstri içinde yatay bağlamda gelişen ve özgürce çalışan genellikle günlük sigorta yaptırılan ya da zaman zaman yaptırılmayan herhangi bir işletmeye bağlı olarak çalışmayan, kulaktan kulağa “işini iyi ve güvenli yapan” kadınlardan oluşan bir çalışma alanıdır. Bu endüstri içerisinde belirleyici olan işini iyi yapma ve kulaktan kulağa bu iyi yapışın sürdürülmesi ve güven çerçevesinin oluşturulmasıdır. Bu çalışma “onlar için durmanın olmadığı, sürekli çalışmanın var olageldiği” bir bağlamda acaba bu “öteki kadınların” sorunları nedir, bu sorunlara bir çare var mıdır, güvenliklerini ifade edici bir tartışma üretilir mi? soru(n)larına bağlı olarak gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kavramlar: Ev Temizliği Endüstrisi, Öteki Kadınlar, Nitel Araştırma.

There Is No Stopping For Them, There Is Constant Work For Them: The "Other Women" In The House Cleaning Industry

ABSTRACT

The housekeeping industry is a field of work that develops in a horizontal context within the cleaning industry and consists of women who work freely, generally do not work depending on any business that is insured daily or sometimes not, and by word of mouth “doing their job well and safely”. The decisive factor in this industry is doing its job well and maintaining this good word of mouth and establishing a trust framework. This work is in the context of "there is no stopping for them, there is continuous work", what are the problems of these "other women", is there a solution to these problems, is a discussion produced to express their security? It was carried out depending on the question (n) s.

Keywords: House Cleaning Industry, Other Women, Qualitative Research.

Reklamlarda İntak ve Teşhis Söz Sanatlarının Kullanılması

Assoc. Prof. Dr. A. Banu HÜLÜR

Bolu Abant İzzet Baysal University

banuhulur@gmail.com

Orcid: 0000-0003-1350-5203

ÖZET

İçinde bulunduğumuz zaman diliminde reklamlar, çok çeşitli iletişim araçlarıyla yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Günlük yaşantımızda neredeyse her yerin reklamlarla donatıldığı ve yerli yersiz, zamanlı zamansız sürekli bir mesaj bombardımanına maruz kaldığımız, artık pek çok kişi tarafından kanıksanan bir gerçektir. Reklamın tarihi her ne kadar ilk toplumlara kadar uzansa da bu çalışma, reklamın bilgi ve iletişim teknolojileriyle ulaştığı şu anki varlığına odaklanmaktadır.

Tüketim toplumunun vazgeçilmez unsuru olan reklamlarda temel amaç ürün ya da hizmet hakkında hedef olan tüketicinin ikna edilmesidir. En basit anlatımla satın alma davranışı kazandırmaya yönelik bir etkinlik olarak reklamda başarıya ulaşmak, alıcının dikkatini çekmekle mümkündür. Dikkatin ürün ya da hizmete çekilmesi ise elbette çok boyutlu ve detaylı bir çalışmanın ürünüdür. Reklam, yayınlandığı mecranın özelliklerine ve gerekliliklerine göre şekillendirilir ancak iknada başarının anahtarı mesajın dikkat çekici unsurlarla bezenmesiyle mümkündür. Söz sanatları da alıcının ilgi ve dikkatini çekmede temel bir rol oynamaktadır.

Bu çalışmada, teşhis ve intak sanatının reklamlardaki kullanımının sonuçlarını ortaya çıkarmayı amaçlanmıştır. Bunun için çeşitli tarihlerde televizyonda yayınlanmış reklamlar, amaçlı örneklem yoluyla seçilmiş ve etkinin artırılmasında bahsi geçen söz sanatlarından yararlanıldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Tüketim Toplumu, Söz Sanatları, İntak, Teşhis.

The Use of “İntak” And “Teşhis” Arts in Advertisements

ABSTRACT

In the present period the advertisements have become an inseparable part of life through various means of communication. In our daily life it is an ordinary fact that almost everywhere is rigged with advertisements and that we are perpetually exposed to message bombardments improperly and untimely. Although the history of advertisement is traced to the oldest societies, this study is focused on the present prevalence of advertisement that is realized by the technology of information and communication.

The main aim of advertisement as the indispensable element of consumer society is to persuade the targeted consumers about a product or a service. To gain success in advertisement as an activity to create a purchasing behavior is possible through attracting the attention of customers. The attraction of attention to a product or service is of course a result of multidimensional and detailed work. Advertisement is shaped according to the characteristics and requisites of the field it is featured in, but the key to success in persuasion is decking the message with attention grabbing elements. The arts of speech play a basic role in attracting the attention and interest of receiver.

This study aims to find out the consequences of the use of “teşhis” and “intak” arts in advertisements. To do this, the advertisements broadcasted in different times on television are chosen by purposeful sampling and it is seen that advertisements use the mentioned arts of speech for the aim of increasing their influence.

Keywords: Advertisement, Consumer Society, Arts of Speech, Teşhis, Intak.

Vizyon ve Misyon İfadelerinin Stratejik Yönetim Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi: Türkiye'nin En Büyük 10 Kurumunda Bir Çözümleme

Assoc. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN

Istanbul Bilgi University
gulbeniz@akduman.com
Orcid: 0000-0002-3256-982X

Assoc. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU

Istanbul Arel University
zynhatipoglu@gmail.com
Orcid: 0000-0002-9437-610X

Asst. Prof. Dr. Çağlar PEHLİVAN

Kocaeli University
caglarpehlivan@hotmail.com
Orcid: 0000-0002-1495-5452

ÖZET

Türkiye'nin en büyük şirketlerini analiz etmek amacıyla 2007 yılından itibaren her yıl hazırlanan Fortune 500 listesinde kurumlar satış hacimlerine ve temel finansal göstergelerine göre sıralanmaktadır. Kurumların 2019 yılı net satışlarının, ihracat ve karlılık oranlarının temel ölçüt alındığı liste ile Türkiye'nin en büyük şirketleri belirlenmiştir. Stratejik yönetim, bir işletmenin amaç ve hedeflerini gerçekleştirebilmesi için gerekli tüm ihtiyaçlarının sürekli olarak planlanması, izlenmesi, analizi ve değerlendirilmesidir. Stratejik yönetim kapsamında önemli iki kavram olan kurumlara ait vizyon ve misyon beyanları, çalışanları ortak bir odak noktasında birleştirerek, herkesin tek bir amaç için çalışmasını sağlarken organizasyonda verimliliği ve üretkenliği de artırmaya yardımcı olmaktadır. Vizyon ve misyon ifadeleri kurumların başarısı için kritik önem taşımaktadır. Araştırmanın amacı Fortune 500 araştırmasıyla belirlenen Türkiye'nin en ilk 10 büyük şirketine ait misyon ve vizyon ifadelerinin stratejik yönetim bakış açısıyla değerlendirilmesidir.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Yönetim, Misyon, Vizyon, Fortune 500

Evaluation of Vision and Mission Statements from a Strategic Management Perspective: An Analysis on Turkey's Top 10 Companies

ABSTRACT

Companies are ranked according to sales volume and key financial indicators in order to analyze Turkey's largest companies prepared by the Fortune 500 list every year since 2007. The biggest companies in Turkey is taken of 2019 net sales of enterprises, exports and profitability ratios with a list of basic criteria. Strategic management is the continuous planning, monitoring, analysis and evaluation of all the needs of an enterprise to achieve its goals and objectives. The vision and mission statements of organizations, which are two important concepts within the scope of strategic management, unite employees in a common focal point, help everyone to work for a single purpose while helping to increase efficiency and productivity in the organization. Vision and mission statements are critical to the success of organizations. The aim of research is to evaluate the mission and vision statements of the Turkey's first 10 largest companies determined by Fortune 500 list from the point of view of the strategic management.

Keywords: Strategic Management, Mission, Vision, Fortune 500

Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdama Olan Etkisi: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Ekonometrik Analiz

Asst. Prof. Dr. Mehmet ALTUNTAŞ

Nisantasi University
mehmet.altuntas@nisantasi.edu.tr
Orcid: 0000-0003-2043-3168

Res. Asst. Sümeyya ALTUNTAŞ

Istanbul Medipol University
saltuntas@medipol.edu.tr
Orcid: 0000-0002-6834-8981

ÖZET

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları, 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 ve politika yapıcılarını işsizliği azaltıcı arayışlara yöneltmiştir. Bu ülkelerde yurt içi kaynakların yetersiz olması, yabancı kaynaklara olan ilgiyi artırmış ve doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının önemi gün geçtikçe artış göstermiştir. Bu çerçevede çalışmanın amacı 2000-2017 dönemi için gelişmiş ve gelişmekte olan ülke gruplarına yönelik doğrudan yabancı yatırımlar (FDI) ve istihdam oranı (EMP) arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bunun için panel birim kök, eş bütünleşme ve nedensellik analizlerinden yararlanılmıştır. Nedensellik analizine göre ise her iki ülke grubu için FDI değişkeninin EMP değişkeninin Granger nedeni olduğu, EMP'nin FDI değişkeninin Granger nedeni olmadığı sonucuna varılmıştır. Buna göre doğrudan yabancı yatırımlarından istihdama tek yönlü nedensellik olduğu sonucuna varılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan Yabancı Yatırımlar, İstihdam, Panel Eşbütünleşme

The Effect of Foreign Direct Investments on Employment: Econometric Analysis on Developed and Developing Countries

ABSTRACT

Foreign direct investments affect macroeconomic aggregates such as balance of payments, employment, economic growth, budget and inflation. Increasing unemployment, especially in developing countries, brought along many economic and social problems and led policy makers to seek to reduce unemployment. The insufficient domestic resources in these countries increased the interest in foreign resources and the importance of direct foreign capital investments has increased day by day. In this context, the aim of the study is to examine the relationship between foreign direct investments (FDI) and employment rate (EMP) for developed and developing country groups for the period 2000-2017. For this, panel unit root, cointegration and causality analysis were used. According to the causality analysis, it was concluded that the FDI variable for both country groups was the Granger cause of the EMP variable, and the FDI variable of EMP was not the Granger cause. Accordingly, it is concluded that there is one-way causality from foreign direct investments to employment.

Keywords: Foreign Direct Investment, Employment, Panel Cointegration Test

Kariyerler İçin Kaos Kuramının İncelenmesi

Asst. Prof. Dr. Gül GÜN

Munzur University

gulgun@munzur.edu.tr

Orcid: 0000-0002-6231-3921

ÖZET

Yirmi birinci yüzyılda kariyer gelişiminin belirsizliği ve yordanamazlığı kabul edildiğinde, iletişim hızı organizasyonların yeni biçimleri, değişimin hızı ve miktarı yaşam boyu öğrenme gereksinimi, küreselleşme, şans eseri gerçekleşen ve sözleşmeli çalışmanın ortaya çıkması, hızlı teknolojik yenilikler gibi “yeni gerçeklikleri” ele alan bir kuram geliştirmişlerdir. Kariyerler için kaos kuramı, kariyer gelişim sürecinde değişimin belirsizliğin ve karmaşıklığın etkisini kabul etmeye hazır bir kuramdır. Aynı zamanda kariyer yapılandırma kuramındaki gibi kariyer gelişiminin manevi boyutlarıyla bağlantıların kurulduğu bir kuramdır ve doğrusal olmamaya dikkat çekmektedir. Kariyer davranışı gibi doğrusal olmayan sistemlerde küçük ya da önemsiz ve planlanmamış olduğu düşünülen olaylar kariyer gelişiminde önemli etkilere sahip olabilir. Kariyer gelişimi için kaos kuramı gelişmekte olan ve kariyer gelişim sürecinde değişimin belirsizliğin ve karmaşıklığın etkisini kabul etmeye hazır bir kuramdır. Daha açıkçası kariyer gelişiminde anlam çıkarmaya, bağlantılı olmaya amaca ve aşkınlığa yönelik bir kuramdır. Bu bağlamda bu çalışma kariyer gelişimine kaos kuramı açısından değinilerek açıklanmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Kariyer Kaosu, Kariyer Geliştirme

A Study Of The Chaos Theory For Careers

ABSTRACT

Given the uncertainty and unpredictability of career development in the twenty-first century, they developed a theory that addresses "new realities" such as the speed of communication, new forms of organizations, the need for lifelong learning, globalization, the emergence of chance and contract work, and rapid technological innovations. Chaos theory for careers is a theory ready to accept the impact of uncertainty and complexity of change in the career development process. It is also a theory in which connections are made with the spiritual dimensions of career development as in career structuring theory and draws attention to nonlinearity. Events that are considered minor or insignificant and unplanned in nonlinear systems such as career behavior can have significant effects on career development. Chaos theory for career development is a theory that is emerging and ready to accept the impact of uncertainty and complexity of change in the career development process. More precisely, it is a theory of meaning, connection, purpose and transcendence in career development. In this context, this study will try to explain career development in terms of chaos theory.

Keywords: Globalization, Career Chaos, Career Development

Developing a Protective- Preventive and Machine Learning Based Model on Child Abuse

Fatih MERT

Istanbul Commerce University
fatih.mert@istanbulticaret.edu.tr
Orcid: 0000-0002-2896-5475

Assoc. Prof. Dr. Muhammed Ali AYDIN

Istanbul University- Cerrahpaşa
aydinali@istanbul.edu.tr
Orcid: 0000-0002-1846-6090

Prof. Dr. Abdül Halim ZAİM

Istanbul Commerce University
azaim@icaret.edu.tr
Orcid: 0000-0002-0233-064X

ABSTRACT

Online grooming is an ever-increasing problem in societies and the time spent online is recently started to rise drastically. People can become anonymous whilst posting, sharing his/her own opinion, and being a part of online chatting. Option to be anonymous also brings together the chance for hiding personal identity when making an attempt on illegal activities. Online grooming is one of the significant areas of aforementioned actions and sexual predators can easily use online chatting platforms to quickly build a friendly relationship with children or teenagers to gain their trust and make them share their obscene media files. These sexual predators mostly try to convince their victims to meet and it may lead to having sexual intercourse with a minor.

In order to draw attention to the huge challenge that most societies face, this study mainly aims to identify predators in the early stage of online communication. The objective is to do an investigation to detect child grooming through online chat records by using Machine Learning techniques. In the first part of the study, it has been achieved to make a multi-label classification on a Wikipedia dataset with more than 95 percent accuracy, where a given text gets classified based on the toxicity types. The outcome of this work is also used in the second stage and herein PAN12 dataset has been used to train our model with more than 96 percent accuracy, where suspicious conversations from the chat records get identified and sexual predators can be recognized.

Keywords: Child Abuse Detection, Online Sexual Predator Identification, Multi-Label Text Classification, Machine Learning

Küresel Egemen Sistemin Bir Enstrümanı Olarak Netflix

Assoc. Prof. Dr. Ali CAN

Karamanoglu Mehmetbey University

alicanmut@gmail.com

Orcid: 0000-0002-5089-209X

ÖZET

Gerek Anaakım gerekse Eleştirel Kitle İletişim kuramcılarına göre medyanın temel işlevlerinden birinin de kültürleşme veya kültür oluşturma işlevi olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda küreselleşen kapitalist sistemin toplumlar üzerindeki ideolojik ve kültürel egemenliğin sağlanmasında çok önemli bir rol oynadığı da göz ardı edilemez. Küresel yayın yapan kitle iletişim araçları ve yayın platformlarını küresel egemen sistemin yeni dünya düzeni planının bir parçası olmadığını düşünmekte mümkün değildir. 500 yıldır devam eden zihinsel bir dönüşüm hareketinin -modern/seküler zihniyetin küresel düzeyde egemen olma çabası- çağımızda, dijital ortamlarda geçmiş yüzyılın stratejilerini dönüştürerek ve geliştirerek farklı ve yeni bir toplumsal cinsiyet kültürünü medya içerikleri ile yıkararak ve ikame ederek dayatmaktadır. Netflix kitlelere kapitalist emperyalizmin ideolojik değerlerini özellikle genç kuşakların tüketimine yeni bir dil ve formatta sunmaktadır. Eşcinsellik ve klasik aile yapılarını tartışmaya açan temalarla; Her bir dizi ve sinema filminde geleneksel yapıların içinden çarpık cinsellikler çıkararak doğal bir davranışmış gibi masumlaştırmaktadır. Netflix Yeni Dünya Düzeninde sapkın arzuların normalleştirildiği ve her alanda liberalleştirilmiş bir toplumun inşası için küresel gösteri alanı işlevini yerine getirmektedir. Fetiştik içeriklerle bir taraftan genç kuşakların ergenlik sorunlarına farklı anlamlar yüklerken diğer taraftan onların sapkın davranışlarını “olağanlaştıran”, “meşruluk” ve “hoşgörü” üretmektedir. Bu çalışmada bazı Netflix dizileri (Filmleri) Eleştirel İletişim Teorileri temelinde çözümlemesi yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Netflix, Yeni Dünya Düzeni, Eşcinsellik, Küresel İdeoloji.

Netflix as an Instrument of the Global Sovereign System

ABSTRACT

According to both Mainstream and Critical Mass Communication theorists, it is known that one of the main functions of the media is the function of acculturation or creating new culture. In this context, it cannot be ignored that the media plays an important role in ensuring the ideological and cultural dominance of the globalizing capitalist system over societies. It is not possible to think that global broadcasting mass media and broadcasting platforms are not part of the new world order plan of the global dominant system. A mental transformation movement that has been going on for 500 years- the attempt to dominate the modern / secular mentality at the global level- imposes a different and new gender culture by transforming and developing the strategies of the past century in digital environments by destroying and replacing it with media contents. Netflix presents the ideological values of capitalist imperialism to the masses in a new language and format, especially for the consumption of young generations. With themes that open up homosexuality and classical family structures to discussion; In each TV series and movie, he innocents him as a natural behavior by extracting distorted sexualities from traditional structures. Netflix serves in the New World Order as the global showground for the construction of a society in which perverse desires are normalized and liberalized in all areas. On the one hand, it gives different meanings to the adolescence problems of the young generations with fetishist contexts, on the other hand, it produces "legitimacy" and "tolerance" that "normalize" their deviant behaviors. In this study, some Netflix TV series (Movies) will be analyzed on the basis of Critical Communication Theories.

Keywords: Netflix, New World Order, Homosexuality, Global Ideology

Tüketim Kalıplarının Genç Gruplar Üzerindeki Etkisi

Res. Asst. Dr. Kamile ELMASOĞLU

Ankara Hacı Bayram Veli University
kamileelmasoglu@hotmail.com
Orcid: 0000-0003-3811-3038

Prof. Dr. Himmet HÜLÜR

Ankara Hacı Bayram Veli University
himmethulur@yahoo.com
Orcid: 0000-0002-5863-4976

ÖZET

Bu çalışma tüketim kalıplarının genç gruplar üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, tüketiciler ve özel bir tüketici grubu olarak yaşa dayalı sosyal gruplar ele alınmaktadır. Bu açıdan çalışma, yaşla tüketim kalıpları arasındaki bağlantılar üzerinde odaklanmaktadır. Çalışmada kuramsal yaklaşımlar temelinde betimsel bir analiz gerçekleştirilmektedir. Bu doğrultuda konuyla ilgili olarak çeşitli kuramcı ve düşünürlerin görüşleri değerlendirilmektedir. Çalışmada genel olarak, gitgide daha fazla insanın simgesel tüketim etkinlikleri aracılığıyla göstergeler dünyasının içine çekildiği vurgulanmaktadır. Tüketim artık daha fazla anlamların tüketildiği bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketim ekonomik bazlı tanımların yanı sıra simgeleri de esas alan daha geniş bir çerçeveyi oluşturur. Aynı zamanda kültürel meta tüketimini kapsayan bu süreç, yalnızca ürünün fiziksel özelliklerini değil ayrıca ona entegre edilen imajların da satın alımını içermektedir. Simgelerin, göstergelerin, anlamların ve imajların yaygınlık kazandığı tüketim toplumunda tüketicilerin satın alma davranışları da büyük farklılık göstermektedir. Özellikle günümüzde kendi özgün kişiliklerini tüketim kalıpları üzerinden dış dünyaya yansıtmak 14-30 yaş arası genç gruplarda sıkça rastlanmaktadır. Genç grupların kimliklerini; yeme içme, giyim, spor, boş zaman etkinlikleri ve tatil seçimleri gibi tüketim alanlarında yaptıkları tercihler karakterize etmektedir. Gençlerin, mal veya hizmetlerin içeriğine kodlanan simgesel anlamlar vasıtasıyla; sosyal sınıflarını ve statülerini göstermek, gösteriş oluşturmak ve kendilerini çeşitli biçimlerde ifade etmek amacıyla tüketim yaptıkları görülmektedir. Bu nedenle, ürünleri işlevlerinin yanı sıra sahip olduğu simgesel anlamları için de tüketme eğiliminin genç gruplar arasında oldukça yaygın olduğu söylenilebilir.

Anahtar kelimeler: Tüketim Kalıpları, Tüketiciler, Genç Gruplar, Simgesel Anlamlar, Anlamların Tüketilmesi

The Influence of Consumption Patterns on Young Groups

ABSTRACT

The study aims to analyze the influence of consumption patterns on young groups. Within this scope the consumers and the age based social groups as a specific consumer group are considered. In this sense, the study is focused on the connections between age and consumptions patterns. In the study a descriptive analysis is realized on the basis of theoretical approaches. Accordingly, the views of a variety of theoreticians and thinkers on the issue are evaluated. In general, the study emphasizes that gradually more and more people are absorbed by the world of signs through symbolic activities of consumption. Henceforth, consumption rather appears as a process in which meanings are consumed. Consumption form a broader frame grounded on symbols beside economically driven definitions. This process which at the same time involve the consumption of cultural commodity includes not only purchasing the physical properties of the product but also the images integrated to it. In the consumer society where symbols, signs, meanings, and images are prevalent the purchasing behavior of the consumers also show great differences. Especially at the present time one's reflecting his/her peculiar personality in the external world is common in 14-30 years age group. The identity of young groups is characterized by their preferences in the domain of consumption such as food and beverage activities, clothing, sport, spare time activities and holiday selection. It is seen that through the symbolic meanings coded in the content of goods and services the youth make consumption in order to show their social status and class, to display themselves, and to express themselves in various ways. Therefore, it can be said that the tendency to consume products for their symbolic meanings beside their functions are prevalent among young groups.

Keywords: Consumption Patterns, Consumers, Young Groups, Symbolic Meanings, Consumption of Meaning

Organik Arıcılık ve Dünya'daki Mevcut Durumu

Asst. Prof. Dr. Kurtuluş MERDAN

Gumushane University, Vocational School of Social Sciences

kurtulus_m@mail.com

ORCID NO: 0000-0002-4513-0920

ÖZET

Organik arıcılık, doğada bulunan su, polen, nektar ve propolisin koloniler tarafından toplanarak arı ürünlerine dönüştürülmesi işlemidir. Organik arıcılık faaliyeti tamamen tarım alanlarında ve doğal florada gerçekleştirilir. Üretimden tüketime kadar süren bütün aşamalarda kimyasal ilaç ya da sunu besleme yapılmamaktadır. Organik arıcılığın her aşaması kontrol ve sertifikasyon kuruluşları tarafından denetlenmekte ve sertifikalandırılmaktadır.

Organik arıcılıkta balın yanında arı sütü, propolis, polen ve bal mumu gibi arı ürünleri de önemli bir yer tutmaktadır. Bu ürünler tamamen doğal kaynaklardan elde edilmektedir. İnsan sağlığını olumsuz etkilememek adına ilaç yerine naftalin, formik asit, asetik asit, laktik asit, oksalik asit, mentol, timol, okaliptol ve kafur gibi ürünler kullanılmaktadır.

Bu çalışmada organik arıcılık ve Dünya'daki mevcut durumu incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular organik arıcılık faaliyetinin Dünya ülkelerinde hızlı bir gelişme gösterdiğini ortaya koymaktadır. Organik bal ve arı ürünlerine talebin sürekli artması organik arıcılığın dünya çapında büyümesini sağlamıştır. 2007 yılında 535 bin olan organik koloni sayısı 2018 yılına geldiğinde yaklaşık beş kat bir artış göstermiş, 2,6 milyon koloni varlığına ulaşmıştır. Ayrıca organik koloni sayısı bölge olarak Latin Amerika'da ve Avrupa'da, ülke olarak Brezilya, Zambiya ve Bulgaristan'da yoğunlaşmıştır.

Anahtar Kelimeler: Organik Arıcılık, Koloni, Bal

Organic Beekeeping and its Current Status in the World

ABSTRACT

Organic beekeeping is the process of collection of water, pollen, nectar, and propolis by colonies and transformation of these into bee products. Organic beekeeping activities are completely performed in agricultural areas and natural flora. No chemical drugs or artificial feeding are used in all stages from production to consumption. Each stage of organic beekeeping is inspected and certificated by control and certification bodies.

Besides honey; bee products such as royal jelly, propolis, pollen, and beeswax take an important place in organic beekeeping. These products are completely obtained from natural resources. Naphthalene, formic acid, acetic acid, lactic acid, oxalic acid, menthol, thymol, eucalyptol, and camphor are used instead of drugs in order to avoid affecting human health negatively.

In this study, organic beekeeping and its current status in the world were tried to be investigated. The findings obtained from the study reveal that organic beekeeping activities rapidly advance in the countries of the world. The ever increasing demand for organic honey and bee products has enabled organic beekeeping to expand worldwide. The number of organic colonies, which was 535 thousand in 2017, increased almost fivefold by the year 2018 and reached a total of 2.6 million colonies. In addition, the numbers of organic colonies are higher in Latin America and Europe regions and in Brazil, Zambia, and Bulgaria.

Keywords: Organic Beekeeping, Colony, Honey

X ve Y Kuşaklarının Katılım Bankacılığına Yönelik Algıları

Lecturer, PhD Cand. Hülya ER

Bolu Abant İzzet Baysal University
hulyaer@ibu.edu.tr
Orcid: 0000-0002-3715-2433

PhD. Cand. Murat ER

Sakarya University
murat14er@gmail.com
Orcid: 0000-0001-8945-1323

Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK

Sakarya University
altunr@sakarya.edu.tr
Orcid: 0000-0001-7934-1841

ÖZET

Türk bankacılık sektörü içerisinde yer alan katılım bankalarının pazar payı ve önemi giderek artmasına rağmen hedeflenen büyüme oranlarına ulaşamadığı görülmektedir. Katılım bankalarının yoğun rekabet ortamında sektör paylarını hedeflenen pazar payına ulaştırabilmeleri ve bankacılık ürün ve hizmetlerini etkili bir şekilde pazarlamalarına yardımcı olmak için X ve Y kuşaklarının katılım bankalarına yönelik algılarının incelemesi önem arz etmektedir. X ve Y kuşaklarında yer alan tüketicilerin algıları, farkındalıkları, bilgileri ve dini motivasyonlarının bilinmesi, katılım bankalarının X ve Y kuşaklarına mensup tüketicileri daha iyi tanımlarına ve doğru pazarlama stratejileri uygulamalarına yardımcı olacaktır. Katılım bankalarının farklı kuşaklardaki tüketicilerinin algılarını belirleyebilmesi, tüketici talep ve beklentilerine yönelik faaliyetler yapabilme, farklı yatırım ürünleri ve finansman paketleri geliştirebilme ile müşteri odaklı kampanyalar düzenleme fırsatı verecektir. Bu araştırmanın amacı, X ve Y kuşaklarının katılım bankacılığı konusunda algılarını incelemektir. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılarak kolayda örnekleme yöntemi ile 408 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırma örneklemini Bolu ilinde yaşayan X ve Y kuşaklarında yer alan kişiler oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında müşteri algısı, farkındalık, bilgi ve dini motivasyon ölçeklerinden oluşan anket formu kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; katılımcıların algı düzeylerinin demografik özelliklere göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, Y kuşağındaki katılımcıların algı, bilgi, farkındalık ve dini motivasyon düzeyleri, X kuşağındaki katılımcılara göre daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: İslami Finans, Katılım Bankacılığı, Faizsiz Bankacılık, Tüketici Algısı, X-Y Kuşakları

Participation Banking as Perceived by Generations X and Y

ABSTRACT

It has been observed that in spite of the growing share and importance of participation banks in Turkish banking sector, the growth rates targeted have not been met. Therefore, it is deemed important to analyse how generations X and Y perceive participation banks in order to help participation banks to reach their aims of market share and be able to effectively do the marketing of their banking products and services, as knowledge of the perceptions, awareness, knowledge, and religious motivations of the consumers belonging to generations X and Y can enable participation banks to know more about these customers and choose appropriate marketing strategies. In addition,

understanding of the perceptions of consumers of different generations may make it possible for participation banks to carry out activities that suit their consumers' demands and expectations, to develop various investment and finance packages, and to organize consumer-oriented campaigns. The present quantitative study aimed to analyse how consumers from generations X and Y perceive participation banking. A total of 408 participants were surveyed through convenience sampling method. The study sample was composed of consumers belonging to the generations X and Y who live in the province of Bolu. Data were collected through a questionnaire that included the scales of consumer perception, awareness, knowledge, and religious motivation. According to the research results; It was determined that the perception levels of the participants differed statistically significantly according to demographic characteristics. Furthermore, consumers from the generation Y were found to have greater levels of perception, knowledge, awareness and religious motivation than those from the generation X.

Keywords: Islamic Finance, Participation Banking, Interest-Free Banking, Consumer Perception, X-Y Generations

Değişime Direnç ile İş Stresi ve Tükenmişlik Arasındaki İlişkinin Analizi

Satı Nur YILAL

Kirikkale University
satinuryilal@gmail.com
Orcid: 0000-0002-2707-8575

Assoc. Prof. Dr. İsmail GÖKDENİZ

Kirikkale University
isgokdeniz@gmail.com
Orcid: 0000-0003-4342-0200

ÖZET

Genel geçer bir tabirle değişim, bir durumun aynı kalmaması olarak tanımlanmaktadır. Zamanın durumlara olan etkisi, değişim olarak kabul edilmektedir. Değişime açık olmak aynı zamanda gelişime açık olmaktır. Toplumlar teknolojinin de etkisiyle değişime açık hale gelmişlerdir. Değişim toplumlarda olumlu bir gelişme olsa da iş hayatında çalışanlar açısından bazen olumlu bir durum olarak görülmemektedir. Çalışanlar iş hayatlarında değişime uyum sağlamayı bir nevi gerilim olarak görmekte olduklarından dolayı değişimden kaçmaktadırlar. İş hayatında stresin devam etmesiyle beraber çalışanlar tükenmişlik hissine kapılmaktadır. Bununla beraber, çalışanların performansını olumsuz yönde etkilediğinden dolayı tükenmişlik, günümüzde üzerinde durulması gereken önemli bir konu haline gelmiştir. Bu çalışmada Kirikkale Üniversitesi'nde çalışan akademik ve idari personelin değişime direnç eğilimlerinin, iş stresi ve tükenmişlik üzerindeki etkileri arasındaki ilişkiyi belirlemek ve bu değişkenlerin cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, medeni durum, hizmet süresi ve çalışanların buldukları pozisyon gibi demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini incelemek amaçlanmıştır. Anket yöntemi ile 138 kişiye ulaşılarak toplanan veriler IBM SPSS 21 istatistik programı aracılığı ile güvenilirlik, frekans, t testi, Anova, Pearson korelasyon ve basit doğrusal regresyon analizleri yapılarak yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda; değişkenlere göre farklı sonuçlar gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Değişime Direnç, İş Stresi, Tükenmişlik

Analysis of the Relationship between Resistance to Change, and Work Stress and Burnout

ABSTRACT

In a common sense, a change is defined as a situation that does not remain the same. The effect of time on situations is accepted as a change. Being open to change is also being open to improvement. With the effect of technology, societies have become open to change. Although change is a positive development in societies, it sometimes does not seem to be positive for employees in business life. Employees avoid change because they see in adaptation to change in their business lives as a kind of tension. With the continuation of stress in business life, employees feel burnout. However, burnout has become an important issue that needs to be focused nowadays, as it negatively affects the performance of employees. The aim of this study is to determine the relationship between the resistance to change tendencies, the effects of work stress and burnout of academic and administrative staff working at Kirikkale University and to examine whether these variables differ in terms of demographic variables such as gender, age, education level, marital status, service time and the position of the employees. Reliability, frequency, t test, Anova, Pearson's correlation and simple linear regression analysis were performed for the data collected by reaching 138 people with the questionnaire method in the IBM SPSS 21 statistical program. Different results were observed according to the variables.

Key Words: Change Resistance, Work Stress, Burnout

Does the Employment of Women Cause Them to Participate in the Labor Force Across the Turkish Regions?

Prof. Dr. Seyit KÖSE

Bolu Abant İzzet Baysal University

kose_s@ibu.edu.tr

Orcid: 0000-0001-6398-3604

ABSTRACT

Even though the participation and employment rates of female labor force in the Turkish labor market have increased in recent years successively from 23.3% and 20.8% in 2004 to 34.4% and 28.7% in 2019, which are still at the lowest rates in the World, except few number of less developed and developing countries, today. Regional distribution of the female labor participation and employment rates are rather unequal across the level-2 regions of Turkey (NUTs-2, by the EU classification), which are consequatively 21.4% and 12.4% in a south-east region (TRC3) at the lowest rates and 43.5% and 38.6% in the east black sea region (TR90) at the highest rates in 2019 (the data are obtained from TÜİK=TurkStat). The low female labor participation and employment rates have been vital handicaps for the developments of the regions and hence the overall of Turkey.

There are many empirical studies on this matter of Turkey, whereas most of the research have employed time series data or micro data sets on the overall of Turkey. However, very few number of the empirical research stick with the regional data analysis, but they mostly do not take care of the recent developments in the empirical literature. The empirical studies have investigated in general the determinants of the female labor participation and employment or the relationship between the development and female labor participation and employment in Turkey. These kinds of empirical research have indeed provided some good deals of contributions into the literature. However, we could not learn completely from the empirical research why female labor participation and employment have still been stagnated at the low rates in most of such countries as Turkey, as some of them have succeeded, for a long period.

The results of a very restricted number of studies emphasize that “the availability of employment opportunities for women is a major factor in determining labor force participation” (Belloc, 1950); “the participation of women in the labor market was driven by employment, rather than unemployment” (World Bank, 2006); “labor force participation appears mainly responding to job creation in particular for females beside other demographic and economic factors” (Ortiz-Ospina and Tzvetkova, 2017); “labor force participation responds substantially to demand for labor in some European countries and Turkey” (OECD, 2005; Kose & Gunes, 2003); “low female participation and employment rates in Turkey are quite likely to be related to the types of created restricted number of jobs that do not match well to the demands of females in the labor market (Kose & Gunes, 2018).

Considering this finding seriously, we may propose that beyond the social and cultural norms, economic factors and the others that form obstacles in the society and result in differentiation against females, “a change in the female employment could cause a change in the female labor participation” or vice versa in such countries as Turkey. Accordingly, in order to statistically investigate this proposition, as a prominent empirical method this paper proceeds the Granger causality test between female employment rate and female labor participation rate by employing the panel data which consist of the 26 NUTs-2 regions of Turkey between the years 2004 and 2019. As we know so far, there is no such a causality test at least for the Turkey case.

So, this paper exploits a panel data technique that pays attention to the recent empirical considerations. Second generation unit root tests and Dumitrescu ve Hurlin (2012) causality test are preferred in this work since the applied tests suggest cross-dependency and heterogeneity in the data. Also, the test results suggest that all the series are stationary at their levels. In addition to using the overall female data at age 15 and over, we have used the data broken into three categories by the age structure of females, which are at age interval between 15-24, 25-54, and 55 and over in the empirical analysis because they are expected to behave differently.

The empirical results suggest that, beyond the other determinants, at the overall extent and at the age interval between 25-54 the female employment rates have significant impacts on the female labor participation rates, but not the reverse, across the Turkish regions in the relevant span. However, while the findings suggest a statistically significant evidence of bidirectional causality between female labor participation rates and female employment rates at the age category of 55 and over, but they do not offer any significant evidence of causality between female labor participation rates and female employment rates at the age interval between 15-24. In conclusion, overall

this paper may suggest that the strategies and policies that increase the female employment rather than female labor participation is vital to follow particularly at the age interval between 25-54.

Keywords: Turkish Labor Market, Female Labor Participation, Female Employment, Granger Causality, Regional Differences

JEL Classifications: J21, J24, J82, R12, R23

Örgüt İkliminin Bireysel Yaratıcılık Üzerine Etkisi: Kamu Kurumlarında Bir Araştırma

Assoc. Prof. Dr. Mine HALİS

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

Orcid: 0000-0002-3039-1618

Fulya ÖZKAL

Kocaeli University
ozkalfulya94@gmail.com

Orcid: 0000-0002-3039-1618

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, işletmenin psikolojik durumu olarak da ifade edilen, işletme çalışanları tarafından algılanıp, onların davranışları üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri bulunan örgüt ikliminin örgütte çalışan bireylerin yaratıcılıklarını nasıl ve ne ölçüde etkilediğini inceleyerek, kamu kurumlarındaki etkisini belirlemektir. Bu amaçla Orman Genel Müdürlüğü ve Kocaeli ve İzmit Belediyesinde çalışan toplam 153 kamu personeli üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir ve anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Örgüt iklimi, bir örgütü diğer örgütlerden ayıran, zaman geçtikçe de o örgütün değişmez ve katı kuralları haline gelen, çalışanların davranışlarını etkileyip; o örgütü niteleyen ve tanımlayan özelliklerin tamamıdır. Çalışmada örgüt ikliminin organizasyon yapısı, bireysel sorumluluk, ödüllendirme, stres ve destekleyici iklim boyutları ele alınmıştır. Bireysel yaratıcılık ise bireylerin, meraklı, bağımsızlığı yüksek, daha az geleneksel ve biçimsel, meraklı, geniş bir bilgi birikimine sahip, heyecanlara ve duygulara açık, başarılı, sürekli eleştiri yaptığı için mutsuz gibi çeşitli niteliklere sahip olmalarıdır. Çalışmanın sonucunda örgüt ikliminin bireysel yaratıcılık üzerinde anlamlı bir ilişkisi olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgüt İklimi, Yaratıcılık, Bireysel Yaratıcılık.

The Effect of Organizational Climate on Individual Creativity: A Research in Public Institutions

ABSTRACT

The main purpose of this study is to examine how and to what extent the organizational climate, which is also referred to as the psychological state of the enterprise, which is perceived by business employees and has positive and negative effects on their behavior, affects the creativity of individuals working in the organization, and determines its effect on public institutions. For this purpose, a research was conducted on a total of 153 public personnel working in the General Directorate of Forestry and Kocaeli and Izmit Municipality and data were collected by survey method. Organizational climate, separating an organization from other organizations, has become the constant and strict rules of that organization as time passes, affecting the behavior of employees; they are all of the features that characterize and define that organization. In the study, organizational structure of the organizational climate, individual responsibility, rewarding, stress and supportive climate dimensions were discussed. Individual creativity, on the other hand, is that individuals have various qualities such as curious, highly independent, less traditional and formal, curious, have a broad knowledge, open to excitement and emotions, successful, and unhappy because of continuous criticism. As a result of the study, it was found that organizational climate has a significant relationship on individual creativity.

Keywords: Organizational Climate, Creativity, Individual Creativity.

Yenilenebilir Enerji Yatırımlarının Finansmanında Yeşil Tahvil İhracı: Türkiye Örneği

Asst. Prof. Dr. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL

Kayseri University, Vocational School
ssumerli@kayseri.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-3820-6288

Assoc. Prof. Dr. Betül ALTAY TOPCU

Kayseri University, Vocational School
batopcu@kayseri.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-2044-4568

ÖZET

Yenilenebilir enerji kaynaklarının tüketimi, fosil bazlı enerji kaynaklarının tersine doğadaki sera gazı miktarını azaltmaktadır. Dünya ölçeğinde fosil yakıtların çevreye verdiği zararlar ve kaynakların sınırlı olması nedeniyle yenilenebilir enerji kaynaklarının bulunmasına ve yaygınlaştırılmasına yönelik çabalar gün geçtikçe artmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının olumlu etkilerine karşılık, bu kaynakların dünya enerji üretimindeki payı özellikle de gelişmekte olan ülkeler açısından oldukça düşüktür. Bunun en önemli sebebi ise bu enerji kaynaklarını üretebilecek teknolojik altyapının oluşturulmasına yönelik finansal olanakların yetersiz olmasıdır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının finansmanında kullanılacak çeşitli finansman yöntemleri bulunmakla birlikte, bu finansmanda yeşil tahvil ihracı önemli bir yer tutmaktadır.

Uluslararası finans piyasalarında Green Bonds olarak bilinen Yeşil Tahviller, Yeşil Tahvil İlkeleri ile uyumlu, yeni ya da mevcut projelerin, tamamının ya da bir kısmının finansmanı ya da yeniden finansmanı için ihraç edilen tahvil aracıdır. GBP ile uyumlu olması şartı ile yeşil tahvil ihracının, birçok sektör için uygulanması mümkündür. Yenilenebilir enerji, enerji verimliliği veya atık su arıtımı, elektrikli ya da hibrid ulaşım araçları için alt yapı yatırımları ve geri dönüşümlü ambalaj ve dağıtım projeleri yeşil tahvil ihracı için uygun projelerdir. Dolayısıyla ihracatçıların yeşil tahvil ihracı yoluyla elde ettikleri fonların, sadece çevre dostu projelerde, yeşil tahvilin dört temel ilkesine uyumlu olarak kullanması gerekmektedir.

Amaç: Türkiye’de ilk yeşil tahvil TSKB tarafından 2016 yılında ihraç edilmesine rağmen, Türkiye’deki yeşil tahvil piyasası dünyada ihraç edilen yeşil tahvil ihracatına bakıldığında henüz istenen düzeyde değildir. Covid-19 sonrası daha da popüler hale gelen yeşil tahvil ihracına Türkiye’de ve dünyada ilgi hızla artmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’nin yenilenebilir enerji kaynaklarının finansmanında yeşil tahvil ihracından daha fazla yararlanılabilmesi için önerilerinde bulunulması amaçlanmıştır.

Yöntem: Çalışmada dünya ve Türkiye ekonomisi için yeşil tahvil ihracına ait mevcut veriler değerlendirilmiştir. Böylece Türkiye’de yenilenebilir enerji kaynaklarının finansmanında kullanılan yeşil tahvil ihracı ile bu tahvile ait dünya ihracı arasında karşılaştırma yapılmıştır.

Önemli Bulgular: Türkiye birçok gelişmekte olan ülkede olduğu gibi enerjide dışa bağımlı bir ülkedir. Cari açığın büyük bir kısmı ise enerji ithalatından kaynaklanmaktadır. Türkiye’nin enerji sektöründe dışa bağımlılığını azaltarak sürdürülebilir bir ekonomik büyüme seviyesine gelebilmesi de yenilenebilir enerji kaynaklarından daha fazla yararlanmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda Türkiye ekonomisinde yenilenebilir enerji kaynaklarının en önemli finansman yöntemlerinden biri olan yeşil tahvil ihracının cazip hale getirilmesi önem arz etmektedir. Böylece ülke ekonomisi açısından düşük karbonlu kalkınma imkânı sağlanabilecektir. Türkiye’de yeşil tahvil piyasasını geliştirmek için; yeşil tahvil standartları belirlenmeli, vergisel teşvikler sağlanmalı, piyasadaki risk algısı azaltılmalı ve maliyet azaltılmalıdır. Bu düzenlemeler yeşil tahvil almak isteyen yatırımcıları teşvik ederek, yenilenebilir enerji kaynaklarının finansmanını kolaylaştıracaktır.

Anahtar Kelimeler: Yenilenebilir Enerji Kaynakları, Yenilenebilir Enerjinin Finansmanı, Yeşil Tahvil İhracı.

Green Bond Issue In Financing Renewable Energy Investments: The Case of Turkey

ABSTRACT

The consumption of renewable energy resources reduces the amount of greenhouse gas in nature, unlike fossil-based energy resources. Renewable energy resources are increasing day by day, due to the damage caused by fossil

fuels to the environment and limited resources, efforts to find and spread. Especially for developing countries despite the positive effects of renewable energy sources, the share of these resources in world energy production is very low. The most important reason for this is the insufficient financial means to establish the technological infrastructure that can produce these energy resources. Although there are various financing methods that can be used in financing renewable energy sources, green bond issuance plays an important role in this financing.

Green Bonds, known as Green Bonds in international financial markets, are bond instruments that comply with the Green Bond Principles (GBP) and are issued for the financing or refinancing of new or existing projects, in whole or in part. Green bond issuance is feasible for many industries, provided it is compliant with the GBP. Renewable energy, energy efficiency, clean drinking water or wastewater treatment, infrastructure investments for electric or hybrid transportation vehicles, and recyclable packaging and distribution projects are suitable projects for green bond issuance. Therefore, the funds obtained by exporters by issuing green bonds should only be used in environmentally friendly projects in accordance with the four basic principles of green bonds.

Aim: In Turkey, despite being the first green bonds issued in 2016 by TSKB green bond market in Turkey it is not yet at the desired level of export When the green bonds issued in the world. In Turkey, the issue becomes even more popular after Kovid-19 green bonds and interest is rapidly increasing in the world. The purpose of this study, the financing of Turkey's renewable energy resources are located in the proposal in order to benefit more from the green bond issue.

Method: In the study the available data on the green bond issue were evaluated for Turkey and the world economy.

So with green bonds used to finance the renewable energy sources in Turkey comparisons made between these bonds of world exports.

Important Findings: Turkey is a country dependent on foreign energy, as in many developing countries. A large part of the current account deficit arises from energy imports. Sustainable by reducing dependence on external energy sector in Turkey's economic growth may come to a level also requires benefit more from renewable energy sources. In this context, the issuance of green bonds to be attractive, one of the most important methods of financing of renewable energy sources is of great importance in Turkey's economy. Thus, a low-carbon development opportunity will be provided for the country's economy. To improve the green bond market in Turkey; Green bond standards should be determined, tax incentives should be provided, risk perception in the market should be reduced and costs should be reduced. These regulations will facilitate the financing of renewable energy sources by encouraging investors who want to buy green bonds.

Keywords: Renewable Energy Sources, Financing Renewable Energy, Green Bond Issue.

Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Tarımsal Amaçlı Kullanımı ve Bu Teknolojilerin Yaygınlaşması Önündeki Engeller

Asst. Prof. Dr. Hasan ŞAHİN

Harran University
hsahin@harran.edu.tr
Orcid: 0000-0002-3977-4252

Assoc. Prof. Dr. Mustafa Hakkı AYDOĞDU

Harran University
mhaydogdu@hotmail.com
Orcid: 0000-0002-4945-5239

ÖZET

Birleşmiş Milletlerin (BM) 2019 Dünya Nüfus Projeksiyonu Raporu'na göre dünya nüfusunun 2050 yılında 9.7 milyar civarında olması beklenmektedir. Bu şekilde bir artışın da yoksulluk, yetersiz beslenme, düşük eğitim seviyesi gibi ek zorluklara yol açacağı ifade edilmektedir. Dünya nüfusundaki artış aynı zamanda gıda ve enerji tüketiminin de artmasına neden olmaktadır. Günümüzde kullanılmakta olan fosil yakıt bazlı enerji formları çevresel zararlarına rağmen yeni yatırımlar tüm dünyada teşviklerle desteklenmektedir. Bu teşvikler kömür, petrol ve doğal gaz kullanımını yaygınlaştırarak hastalıklara, çevre tahribatına ve iklim değişikliğine neden olmaktadır. Uluslararası Para Fonu'na (IMF) göre, dünya genelinde toplam 4,84 trilyon Euro devlet teşviki insan sağlığını tehdit eden fosil yakıtlara ayrılmaktadır. Bu rakamın tüm ülkelerin toplam sağlık harcamalarından daha yüksek olduğu ifade edilmektedir. Ancak, fosil yakıt rezervlerinin yakın zamanda tükenecek olması endişesi güneş, rüzgar, biyo-kütle, biyo-yakıt gibi yenilenebilir enerji kaynaklarına (YEK) bir ilgi oluşmaktadır. Bu çalışmada, özellikle tarımsal faaliyetlerde yenilenebilir enerji kaynaklarının hangi düzeyde kullanıldığı ve YEK potansiyelinin yeteri kadar değerlendirilmemesinin nedenleri araştırılmıştır. Tarımsal amaçlı YEK kullanımının/teknolojilerinin yeterli düzeyde yaygınlaşmaması; yüksek maliyet, uzun geri ödeme süresi, çevre bilinci eksikliği, YEK konusunda bilgi yetersizliği gibi nedenlere dayandığı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Yenilenebilir Enerji, Güneş, Rüzgâr, Jeotermal, Biyokütle, Tarım, Teknoloji

The Use of Renewable Energy Resources for Agricultural Purposes and Barriers to the Spreading of These Technologies

ABSTRACT

According to the United Nations (UN) 2019 World Population Projection Report, the world population is expected to be around 9.7 billion in 2050. It is stated that such an increase will lead to additional difficulties such as poverty, malnutrition and low education level. The increase in the world population also causes an increase in food and energy consumption. Despite the environmental damages of fossil fuel-based energy forms used today, investments are still supported with incentives all over the world. These incentives cause diseases, environmental damage and climate change by expanding the use of coal, oil and natural gas. According to the International Monetary Fund (IMF), a total of 4.84 trillion Euros of state incentives worldwide are reserved for fossil fuels that threaten human health. It is stated that this figure is higher than the total health expenditures of all countries.

However, there is an interest in renewable energy sources (RES) such as solar, wind, biomass and biofuel, with the concern that fossil fuel reserves will soon be depleted. In this study, the level of use of renewable energy resources especially in agricultural activities and the reasons for the insufficient use of RES potential were investigated. Insufficient widespread use of RES use / technologies for agricultural purposes; It is thought to be due to reasons such as high cost, long payback period, lack of environmental awareness, insufficient knowledge on RES.

Keywords: Renewable Energy, Solar, Wind, Geothermal, Biomass, Agriculture, Technology

Türklerde Evren/Kâinat Anlayışı ve Bunun Türk Kültürüne Yansımaları

Asst. Prof. Dr. Şeyda BÜYÜKCAN SAYILIR

Eskisehir Osmangazi University

sbuyukcan@ogu.edu.tr

Orchid: 0000-0001-8407-9403

ÖZET

Türklerin kâinat hakkındaki ilk düşünceleri üzerine yapılan araştırmalarda, en eski dönemlerde gök (uçmağ)- yer-su ve yeraltı (tamu) dünyasıyla ilgili hususlar ön plana çıkmaktadır. Burada tabiat kültlerine olan inanç ve atalar kültü dönemiyle ilgili kültür dikkat çekmektedir. Yazılı kültürden önce, kaya tasvirleri ve resim yazıları, yani petroglif, ideogram, piktogram ve tamgalar bu hususla ilgili çalışmalara ışık tutmaktadır. Eski Türk din, inanç ve kültürüyle XI.-XII. Yüzyıllardan sonraki kaynaklar göz önünde tutulmakla beraber, sözkonusu bu dönemler için belge sayılamamaktadır. Türklerin sonradan kabul ettiği milletlerarası dinler, kozmolojik manada Türk kültürüyle ilgili pek çok yeni kavram getirmiştir. Kitabelerden, milletlerarası dinlerin Kök Türk dönemi kitabesinde Budizmin, Uygur dönemi ile ilgili olarak da Maniheizmin Türkler üzerindeki etkileri, gök-yer ve atalar dini çevresine çok erken nüfuz ettiği anlaşılmaktadır. Türklerin başlangıçta evren ile ilgili tasarımları, ikili evren anlayışına (dikotomi) dayanmaktaydı. Yaruk ve Karang yani gök ve yer'in temsil ettiği iki ilkeli sistemde evrenselcilik mevcut olup uygulama ve düşünce yapısında Türklerdeki merkezîyetçi devlet dini ortaya çıktığı görülmektedir. Türk mitolojik anlatımları, efsane, masal ve şaman dualarında Türklerin evren-kainat anlayışına ilişkin pek çok motif karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Türk Kozmolojisi, Türk Kozmogonisi, Göktengri, Ter-sub, Hayat Ağacı, Oğuz Kağan

Turks' Understanding of the Universe and its Reflections on Turkish Culture

ABSTRACT

In the researches on the first thoughts of the Turks about the universe, issues related to the sky (uçmağ), earth-water and underground world (tamu) come to the fore in the earliest times. Here, the belief in nature cults and the culture related to the ancestral cult period draw attention. Before written culture, rock depictions and pictograms, namely petroglyphs, ideograms, pictograms and tamgas, shed light on studies on this issue. Although the old Turkish religion, belief and culture and the sources after the 11th and 12th centuries are taken into consideration, they cannot be counted as documents for these periods. International religions adopted by the Turks later brought many new concepts related to Turkish culture in a cosmological sense. When the inscriptions are examined, it is understood that international religions, Buddhism in the period of Kok Turk and Manichaeism in the Uighur period, penetrated the sky-earth and ancestral religious environment very early. The early universe designs of the Turks were based on the binary universe understanding (dichotomy). There is universalism in the system with two principles represented by Yaruk and Karang, that is, sky and earth, and it is seen that the centralist state religion of the Turks emerged in the practice and mentality. In Turkish mythological narratives, legends, fairy tales and shaman prayers, we come across many motifs related to the Turkish understanding of the universe-universe.

Keywords: Turkish Cosmology, Turkish Cosmogony, Göktengri, Yer-sub, Tree of Life, Oghuz

Yönetim ve Organizasyon Alanında Doktora Yapmak: İnsani Değerler ve Akademik Beklentiler Odaklı Bir Vaka Çalışması

Dr. Mehmet KAPLAN

Isparta University of Applied Sciences
mehmetkaplan@isparta.edu.tr
Orcid: 0000-0002-1359-1028

Asst. Prof. Dr. Berna Turak KAPLAN

Isparta University of Applied Sciences
bernaturak@isparta.edu.tr
Orcid: 0000-0001-6321-2981

ÖZET

Yükseköğretim Kurumu Eylül 2020 istatistiklerine göre yükseköğretime kayıtlı öğrencilerin %1,275'ini doktora öğrencileri oluşturmaktadır. Doktora öğrencilerinin büyük çoğunluğu mezuniyet sonrası yüksek öğrenim kurumlarında akademik kadrolarda veya çeşitli araştırma projelerinde işe başlamaktadır. Doktora yapmakta olan ve doktorasını bitiren kişilere de ayrıca devlet desteğiyle burs ve çalışma imkânı sunulmaktadır. İnsani değerler olaylara verilen anlamın temeli olarak düşünülmekte ve insanların dünyayı nasıl algıladıklarını etkilemektedir. Akademik dünyadan beklentiler ise insanların aldıkları eğitimin bir ölçütü olarak anlam bulmaktadır. Doktora öğrencilerinin sahip olduğu insani değerler ve akademik dünyadan beklentilerinin anlaşılması iş-işletme-çalışan-yönetici arası kurulacak ilişkilerin çerçevesinin güçlü bir şekilde kurulması ve devamlılığı açısından önemli olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, yönetim ve organizasyon alanı doktora öğrencilerinin insani değerleri ile akademik dünyadan beklentilerini araştırmak, yarı yapılandırılmış açık uçlu sorular ile elde edilen veriler üzerinden yakalanan örüntüleri paylaşmaktır. Bunun için çalışma bir üniversitenin yönetim ve organizasyon alanında doktora yapan öğrencilerinden oluşan bir grupla gerçekleştirilmiştir. İlgili grupla mülakat yapılmış ve yapılan mülakatlara bağlı olarak elde edilen veriler içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın yazında yapılan doktora eğitiminin pratiklerine yönelik faydalı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yönetim ve Organizasyon, Doktora, İnsani Değerler, Akademik Beklentiler, Vaka Çalışması.

Doing a PhD in Management and Organization:

A Case Study Focused on Human Values and Academic Expectations

ABSTRACT

According to the statistics of the Council of Higher Education in September 2020, 1,275 % of the students enrolled in higher education are doctoral students. The majority of doctoral students start to work in academic staff or various research projects in higher education institutions after graduation. Scholarships and employment opportunities are also provided to those who are doing their doctorate and have completed their doctorate. Human values are considered as the basis of the meaning given to events and affect how people perceive the world. Expectations from the academic world find meaning as a measure of the education people receive. Understanding the human values of doctoral students and their expectations from the academic world is important for the strong establishment and continuity of the relationships to be established between business-business-employee-manager. The purpose of this study is to investigate the human values and expectations of doctoral students in the field of management and organization from the academic world, and to share the patterns captured through the data obtained with semi-structured open-ended questions. For this, the study was carried out with a group of students who have a doctorate in the field of management and organization of a university. The relevant group was interviewed and the data obtained based on the interviews were evaluated with content analysis. It is thought that the doctorate education in the literature of the study will be beneficial for its practices.

Keywords: Yönetim ve Organizasyon, Doktora, İnsani Değerler, Akademik Beklentiler, Vaka Çalışması.

İstanbul’da Kimliksizleşen Mimarinin Sanat ve Tasarım Ekseninde Değerlendirilmesi ve Seyit Mehmet Buçukoğlu’nun Resimlerinde “Pencere” İmgesi

Dr. Öğr. Üyesi. Seyit Mehmet BUÇUKOĞLU

Maltepe University Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design
seyitbucukoglu@maltepe.edu.tr
Orcid: 0000-0003-2421-2369

Arş. Gör. Gonca SÖNMEZ

Maltepe University Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design
goncasonmez@maltepe.edu.tr
Orcid: 0000-0002-9636-4831

ÖZET

Toplumların sosyopolitik özellikleri, kültürel niteliğin ve detayların aynası olarak mimaride anlam bulurken, kentler, binalar ve yaşam alanları da geçmiş ile bugün arasında gidip gelen ve sürekli değişim, dönüşüm projeleriyle yok edilmeye çalışılan bir anlayışın acımasız sonuçlarını içerirler. Endüstriyel gelişimin mimari açıdan hızlandırdığı üretim ve bunun bir sonucu olarak şablon nesnelere, kullanımı kolay, çabuk uygulanan, rahatlıkla değiştirilebilen nesnelere hayatımıza girdiler. Pencere imgesi de, günümüz mimari anlayışı içinde kendine ait kültürel özelliklerinden uzaklaşan, estetikten yoksun, olabildiğince şablon kullanıma dönüşen, bulunduğu coğrafyanın ve var olduğu kültürün dışında kalan bir endüstriyel üretime dönüştü. Son zamanlarda İstanbul’un eski semt ve ilçelerinde sıklıkla karşılaştığımız eski yapılar üzerine uygulanan gökdelen camları, bu endüstriyel üretimin bir parçası şeklinde, tüm yapıyı adeta bir cam kafes içine alıp soğuk, sıradan ve aynılaşmış olarak yeniden biçimlendiriyor. Aynı zamanda yapının üzerine ilave edilen katlarla büyük bir cam kütle halinde, eski yapıyı sıkıştırıp görünürliğini kaybettiriyor. Geçmişe tanıklık etmiş bir yapının, bugünün endüstriyel süreçle karşı karşıya kalması onun kimlik kazanmasını imkânsız kılmaktadır. Bu nedenle; kimliksizleşen her yapı, bulunduğu medeniyetin, kültürün ve coğrafyanın izlerini geleceğe taşıyamayarak, endüstriye yenik düşüp, onun bir parçası haline alır. Seyit Mehmet Buçukoğlu da, mimarideki dil ve sentez çatışmasına, İstanbul’un tarihi semtlerinde sıklıkla karşılaştığı deformasyonlar üzerinden pencere imgesi ile dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mimari, Kültür, Sanat, Tasarım, Pencere, İmge, İstanbul.

Analysis of the Disidentification of Architecture in Istanbul at the Pivotal Point of Art and Design, and the “Window” Image in the Paintings of Seyit Mehmet Buçukoğlu

ABSTRACT

While socio-political characteristics of societies find meaning in architecture, with it acting as a mirror for cultural traits and details; cities, buildings and living spaces carry the brutal consequences of a perception which goes back and forth between the past and the present and which attempts destruction through constant change and transformation projects. With industrial development, an acceleration in architectural production and as a result of this, prefabricated objects which are easy to use, quickly applied and easily changeable objects, have entered our

lives. The window image also, within the architectural perception of our day has turned into an industrial product by moving away from its own cultural properties, becoming deprived of aesthetics, by using templates and becoming excluded from its geographical location and the culture it exists within. Recently, we often come across skyscraper windows transposed onto old structures in old neighborhoods and areas of Istanbul, these play a part in industrial production, essentially enclosing the whole structure into a glass cage, reforming it as cold, mundane and ordinary. At the same time, as a bulky mass of glass with the layers added onto the structure, it compresses the old structure and causes it to lose its visibility. For a structure which has witnessed the past, facing the process of industrialization of the present makes it impossible for it to gain an identity. Therefore, every structure which loses its identity, failing to carry the traces of its own civilization, culture and geography into the future, succumbs to the developing industry, becoming part of it. Seyit Mehmet Buçukoğlu draws attention to the clash between language and synthesis in architecture through window imagery, on the basis of deformations he has often encountered in historical areas of Istanbul.

Keywords: Architecture, Culture, Art, Design, Window, Image, Istanbul.

Bireysel Kariyer Davranışlarında ve Başarılarında Cinsiyet Farklılığı

Assoc. Prof. Dr. Didem PAŞAOĞLU BAŞ

Anadolu University
dpasaoglu@anadolu.edu.tr
Orcid: 0000-0003-4526-7852

Asst. Prof. Dr. Bahar SUVACI

Anadolu University
bsuvaci@anadolu.edu.tr
Orcid: 0000- 0002-1082-0497

ÖZET

Bu çalışmada, yüksek lisans öğrencilerinin çok yönlü ve sınırsız kariyer davranışlarını cinsiyet bağlamında incelemek ve bu davranışların bireysel kariyer başarısı üzerindeki etkisini analiz etmek amaçlanmıştır. Kavramsal çerçeveye içerisinde kariyer ile ilgili tanımlar ve kuramsal çalışmalar incelenmiştir. Ardından sınırsız ve çok yönlü kariyer tutumları ölçeğinin ile yapılan bir araştırma ile değerlendirilmektedir. Araştırma Eskişehir’de 3 üniversitede yüksek lisans yapan öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Araştırma verileri anket tekniği ile toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verileri analiz etmek için, korelasyon analizi ve hipotez testleri için regresyon analizleri yapılmıştır. Ayrıca tanımlayıcı istatistikler için değişkenlerin ortalamaları gösterilmiştir. Analizler kadınların kariyerlerindeki başarılarının kendi kendini yönetme faktörüyle pozitif etkisi olduğunu ve değer odaklılık faktörüyle negatif etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, fiziksel hareketlilik tercihi ile erkeklerin bireysel kariyer başarısı arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Sınırsız kariyer anlayışının bireysel kariyer başarısıyla ilgisiz olduğu bulunmuştur. Bu ise, kurumsal sınırlar içinde ve dışında bireylerle sadece aktif ilişkiyi destekleme ve sürdürme eğiliminin bireylerin kariyerleri konusundaki iç hoşnutluklarını artırmaya yeterli olmadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Cinsiyet, Kariyer, Sınırsız Kariyer, Çok yönlü Kariyer

Gender Differences in Individual Career Behaviors and Achievements

ABSTRACT

The aim of this study is to review the boundaryless and protean career attitudes in gender context, and analyze the impact of these attitudes on the individual’s career success. It is aimed to investigate definitions of career within the conceptual framework. Afterwards, a research conducted is analyzed. The study was conducted on the boundaryless and protean career attitudes in gender context 176 graduate students in three universities of Eskişehir. Survey method was used to collect research data. SPSS 22 program was used to analyze the collected data correlation analysis, and hierarchical regression analyses related to hypothesis tests were conducted to analyze the data. Furthermore, the mean of the variables for descriptive statistics are shown in the study. Analyzes show that women’s success is positively related with self-determination and negatively related with commitment of value focused. Also, negative relationship between physical mobility and individual career success of the men success was identified. This paper expresses the relationship between protean and boundaryless career attitudes and individual career success of gender and impact on them. Boundaryless career has been found to be unrelated to individual career success. This shows that the tendency to only support and maintain active relationships with individuals within and outside institutional boundaries is not sufficient to increase the internal satisfaction of individuals about their career.

Keywords: Gender, Career, Boundaryless Career, Protean Career

Dünyada ve Türkiye'de Başlıca Sosyal Girişimcilik Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma

Tuğba SÖNAL

Uskudar University Health Management PhD Student
tugba.sonal@st.uskudar.edu.tr
Orcid: 0000-0001-5436-8458

Canan AKSOY

Uskudar University Health Management PhD Student
canan.aksoy@st.uskudar.edu.tr
Orcid: 0000-0001-5138-8672

ÖZET

Amaç: Günümüz modern toplumlarında değişen toplumsal yapıyla birlikte yetersiz kalan ekonomik kaynaklar ile yaygınlaşan sosyal sorunlar toplumu farklı arayışlara itmiş ve yeni eğilimleri beraberinde getirmiştir. Bu çalışma, sosyal girişimciliğin ticari işletmelerle olan farklılığını, Dünya'dan ve Türkiye'den başlıca örnekler sunarak sosyal girişimcilik uygulamalarının önemine dikkat çekmeyi amaçlamıştır.

Yöntem: Bu çalışma sosyal girişimcilik konusu hakkında kavramsal bilgiler vererek; Dünya'dan ve Türkiye'den örneklerle konu ile ilgili literatür araştırmalarının elde edilen bilgilerle oluşturulan kavramsal bir çalışmadır.

Bulgular: Gelişen sosyal sorumluluk anlayışı ile birlikte kar sağlama ve sosyal amaca hizmet etme arasında köprü olan sosyal girişimcilik faaliyetleri giderek önem kazanmıştır.

Sonuç: Türkiye'deki sosyal girişimcilerin yaşadığı zorluklar ticari girişimcilerinde yaşadığı zorluklardandır. Fakat gelişen finansal destekler, finansman modelleri, hibe ve teşvikler her iki girişimin (ticari ve sosyal) önlerini açacaktır. Sosyal girişimler sadece toplumsal sorunlara çözüm üreten yapılar olarak tanımlamak doğru değildir. Sosyal girişimler aynı zamanda istihdam ve ekonomiye katma değer yaratan ve böylece fayda yaratan kuruluşlar arasında yer alması doğru olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal, Girişim, Toplum.

A Research on Major Social Entrepreneurship Implementation on the World and in Turkey

ABSTRACT

Aim: Nowadays with the changing social structure, social problems widespread with inadequate economic resources in modern societies, have pushed the society into different searches and brought new trends. This study gives conceptual information about social entrepreneurship; with the difference with commercial enterprises offering from the world and Turkey main examples are intended to draw attention to the importance of social entrepreneurship practices.

Method: This study gives conceptual information about social entrepreneurship; It is a conceptual work that was created with the information obtained by research literature related to the topic with examples from the world and Turkey.

Results: With the developing understanding of social responsibility, social entrepreneurship activities, which are a bridge between making profit and serving social purposes, have gradually gained importance.

Conclusion: Difficulties faced by social entrepreneurs in Turkey is one of the difficulties in commercial entrepreneurs. However, developing financial supports, financing models, grants and incentives will pave the way for both enterprises (commercial and social). It is not correct to define social enterprises only as structures that produce solutions to social problems. Social enterprises should also be among the organizations that create added value to employment and economy and thus create benefits.

Keywords: Social, Enterprise, Society

Total Quality Management Practices in Public Sector

PhD. Seda ÇANKAYA KURNAZ

Selcuk University

sedacankaya@selcuk.edu.tr

Orcid: 0000-0001-6977-300X

ABSTRACT

Changes in the political, economic, social and cultural structures of the countries and technological innovations increase the competition between sectors. These changes have forced sectors to provide more effective and efficient services. They have also effect public sector to keep up with these changes. The public sector has started to make use of private sector application.

Total Quality Management is one of the method that applied by public sector. Total Quality Management especially has become a popular method since 1980s. Total Quality Management has a great potential to makes contributions to the sectors. One of the main contributions of Total Quality Management in the private sector are raising the quality of goods and services and thus increasing customer satisfaction. Although it has been adopted quite number of organization, the debate on its practicality still continues. Private and public sector has both similarities and differences. But the important point of view is to understand the similarities and differences between the two can help find out the applicability of Total Quality Management in the public sector.

In this concept, in this study firstly, Total Quality Management and its principles will be examined. Secondly, quality practices in public sector will be evaluated. And finally the possible problematic fields in the implementations of quality in the public sector will be discussed. The study shows that Total Quality Management can be practices in public sector if the suggested revisions are made in its implementation.

Keywords: New Public Management, Private Sector, Public Sector, Total Quality Management

Örgütlerde Kişiliğin Kuramsal Açıdan Değerlendirilmesi

Asst. Prof. Dr. Ekin Akdeniz

Okan University

ekin.akdeniz@okan.edu.tr

Orcid: 0000-0002-6223-9194

ÖZET

Kişilik ve beraberinde gelen kavramlar, çeşitli disiplinlerin ilgi alanını oluşturmaktadır. Farklı disiplinlere yönelik çalışmalarda, kişilik başta olmak üzere karakter ve mizaç kavramları, bütüncül bir bakış açısıyla ele alınmaktadır. Bu çalışmanın amacı, kişilik kavramının kuramsal açıdan incelenmesi olarak tanımlanmaktadır. Kişilik kuramları ile ilgili olarak ortaya konulan çalışmalar, alt başlıklarıyla birlikte açıklanmıştır. Çalışmada tüm kişilik kuramlarına yer vermenin mümkün olmayacağı çerçevesinde, örgütsel bakış açısından önem taşıdığı düşünülen kişilik kuramları ele alınarak açıklanmıştır. Bu doğrultuda beş faktör kişilik kuramının yanı sıra Alfred Adler, Sigmund Freud, Carl Gustav Jung, Hans Jürgen Eysenck ile Isabel Myers ve Katherina Briggs'in kişilik kuramlarına da yer verilmiştir. Bu bağlamda, kişiliğin örgütsel açıdan önemi çerçevesinde kişilik kuramlarının ele alınması mümkün olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Örgüt, Kişilik, Kişilik Kuramları

Theoretical Evaluation of Personality in Organizations

ABSTRACT

Personality and its accompanying concepts constitute the area of interest of various disciplines. In studies on different disciplines, the concepts of character and temperament, especially personality, are handled from a holistic perspective. The purpose of this study is defined as the examination of the concept of personality from a theoretical point of view. The studies introduced in relation to personality theories are explained together with their subheadings. Considering the fact that it is not possible to include all of the theories of personality in the study, personality theories that are considered to have importance on organizational view are discussed and explained. Accordingly, besides the theory of Big Five personality traits, personality theories of Alfred Adler, Sigmund Freud, Carl Gustav Jung, Hans Jürgen Eysenck, Isabel Myers and Katherina Briggs were also included. In this context, it is possible to discuss personality theories within the framework of the importance of personality from an organizational point of view.

Keywords: Organization, Personality, Personality Theories

İş Dünyasının Kurumsal Sosyal Sürdürülebilirlik Yaklaşımı; Türkiye Göstergeleri

Asst. Prof. Dr. Pınar Gökçin ÖZUYAR

Istinye University

pinar.ozuyar@istinye.edu.tr

Orcid: 0000-0002-2505-2216

ÖZET

Sürdürülebilir kalkınmada en önemli rolü olanlardan biri şüphesiz iş dünyasıdır. İş dünyası 1960'lardan beri bu yolda çeşitli adımlar atmasına rağmen, ancak 1987'de sürdürülebilir kalkınmanın tanımlanmasından neredeyse 25 yıl sonra küresel anlamda geçerli olan bu sürdürülebilir kalkınma hedefinin, aslında iş dünyasının sürdürülebilirliği ile ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarıyla aynı temele oturduğu anlaşılabilir. Bu gelişmelere rağmen, ancak son on yılda firmalar kendileri için sürdürülebilirlik kavramını, zaten zorunlu olan mevzuatın ötesine geçerek sürdürülebilir kalkınma esaslarına göre tanımlamaya başlamışlardır.

Bu çalışmada Türkiye'nin en büyük firmalarındaki beyana dayanan sürdürülebilirlik uygulamaları incelenmiş ve sonuçlar analiz edilerek, Türkiye'nin bu en büyük firmalarının kurumsal sosyal sorumluluğa verdikleri önemin derecesi ve firmaların arasındaki farklılıklar, sector faktörünü de göz önüne alarak ortaya konulmuştur. Çalışmada kullanılan temel veriler, seçilen yüz firma için, yıllık online ve halka açık faaliyet raporları ve bunun yanında varsa sürdürülebilirlik raporları da esas alınarak, faaliyet raporlarında sürdürülebilirlik bölümleri, faaliyetlerin çevre ve/veya sosyal odaklı olması ve aynı zamanda bu beyan edilen faaliyetlerin kurum içi ya da kurum dışı odaklı olmaları üzerine dayanmaktadır. Ek olarak, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi ve küresel raporlama sistemlerine dahil olup olmadıkları destekleyici bir veri olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Faaliyet Raporu, Çevre ve Sosyal Etki

Corporate Social Sustainability Approach of the Business World; Turkey Indicators

ABSTRACT

Business world undertakes undoubtedly one of the most important roles in sustainable development. Although the business world has taken various steps in this direction since the 1960s, it was only understood that this sustainable development goal, which was valid globally, almost 25 years after the definition of sustainable development in 1987, actually lays the same foundation with the sustainability of the business world and its economic, social and environmental dimensions. Despite these developments, only in the last decade, companies have started to define the concept of sustainability according to the principles of sustainable development by going beyond the already mandatory legislation.

This study examines the sustainability practices based on the declaration of Turkey's largest companies and analyzed the results, Turkey's largest degree of importance companies are given to corporate social responsibility and the differences between the companies, talk out taking into account the sector factor. The basic data used in the study are based on the annual online and public activity reports for the selected 100 companies, as well as the sustainability reports, if any, the sustainability sections in the annual reports, the environmental and / or social focus of the activities and at the same time, is based on their external focus. Additionally, their involvement in the United Nations Global Compact and global reporting systems is presented as a supportive data.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Annual Report, Environment and Social Impact

Serbest Eczacılık Hizmetlerinde Yaşanılan Sorunların Belirlenmesine Yönelik Kesitsel Bir Araştırma: Adıyaman Örneği

Bahar ALAGÖZ

Basaksehir Pine and Sakura City Hospital
algzbhr43@gmail.com
Orcid: 0000-0003-0529-6843

Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK

Adıyaman University
gkirpik@adiyaman.edu.tr
Orcid: 0000-0003-4785-9624

ÖZET

Her meslekte olduğu gibi eczacılık mesleğinde de hizmetin ifası sırasında yaşanan sorunlar bulunmaktadır. İnsan sağlığını koruma, tanı ve tedavi amaçlı kullanılan ilaçların hasta ve/veya hasta yakınlarına sunulması serbest eczacılar tarafından yerine getirilmektedir. Dolayısıyla, hastanın ilaca ulaşması, uygulanış şekilleri ve doğru kullanımı açısından en önemli meslek eczacılık mesleğidir. Ancak, serbest eczacılar hasta ve hasta yakınlarına eczacılık hizmeti sunarken bireysel, örgütsel ya da çevresel faktörler sebebiyle bazı sorunlar yaşamaktadırlar ve bu sorunlar eczacılık hizmetinin etkililik ve verimliliğini etkilemektedir. Maruz kalınan tüm sorunlara rağmen hem eczacılık mevzuatı gereği hem de eczacılık mesleğinin itibar ve prestiji sebebiyle, eczacı, hiçbir şekilde hasta ve yakınlarına yönelik ayırım (dil, din, ırk vb.) yapmaksızın, ilaç hazırlama ve reçete sahibine verme konularında, azami dikkat ve ihtimamı göstermekle yükümlüdür. Bu araştırmanın amacı, Adıyaman il ve ilçelerinde faaliyet gösteren serbest eczacıların yaşadıkları sorunların tespit edilmesidir. Bu bağlamda, basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile 2019 Şubat-Mayıs zaman aralığında kesitsel bir saha çalışması yapılmıştır. Verilerin toplanması amacıyla, serbest eczacıların sosyo-demografik özelliklerine yönelik 4 soru ve eczacılık mesleğinin sorunlarını belirlemeye yönelik 21 ifade olmak üzere toplam 25 maddeden oluşan anket kullanılmıştır. Araştırmaya gönüllü olarak katılan 80 serbest eczacı ile yüz yüze görüşülerek veriler birinci elden toplanmıştır. Verilerin istatistiksel olarak betimlenmesi ve analiz edilmesi aşamasında SPSS 22.0 istatistiksel programdan yararlanılmıştır. “Eczacılık Mesleğinin Sorunlarını Belirleme” ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı 0,738 olarak belirlenmiştir. Faktör analizi ile hem ölçeği oluşturan soruların birbirleriyle korelasyonu, anlamlılık düzeyleri hem de açıklanan varyans oranı incelenmiştir. Elde edilen faktör analiz sonuçlarına göre ölçeği oluşturan faktörlerin birbirleriyle anlamlı ve ilişkili olduğu ve açıklanan varyans oranının yeterli olduğu belirlenmiştir. Buna göre, çalışmanın amacına ulaşmak için diğer analizlere devam edilmiştir. Çalışma sonucunda, serbest eczacıların yaşadıkları bazı sorunların diğer sorunlara göre oldukça önemli olduğu ortaya konulmuştur. Örneğin, döviz kurundaki dalgalanmalardan dolayı ilaç tedariki aşamasındaki sorunlar, miadı dolan ilaçların imha edilmesi ile ilgili sorunlar, hastaların muayene katılım paylarının tahsili ile ilgili sorunlar, hasta ve/veya hasta yakınlarına muadil (eşdeğer) ilaç verme sırasında yaşanan sorunlar, diğer serbest eczacıların hasta ve/veya hasta yakınlarını kapma yarışına girmesi ile ilgili sorunlar, bu yarışta diğer eczacıların etik dışı faaliyetleri ile ilgili sorunlar, önemli sorunlar arasında yer almaktadır. Ayrıca çalışmada dikkat çeken bir diğer önemli sonuç ise eczacıların büyük çoğunluğunun (%84,4) madde bağımlıları ile sorun yaşamalarıdır. Serbest eczacılar, bu çok önemli sorun yüzünden eczanelerine ve kendilerine zarar gelmesinden çekindikleri için genellikle savunma tarzında iletişimi yeğlediklerini belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Serbest Eczacılık Hizmeti, Mesleki Sorunlar, Adıyaman

A Cross-Sectional Study for Determining the Problems in Community Pharmacy Services: The Case of Adıyaman

ABSTRACT

As in every profession, there are problems encountered during the performance of the service in the pharmacy profession. The presentation of medicines used for human health protection, diagnosis and treatment to patients and / or patient relatives is carried out by community pharmacists. Therefore, the most important profession in terms of reaching the

medicine by the patient, application methods and correct use is pharmacy profession. However, when community pharmacists provide pharmacy services to patients and their relatives, they experience some problems due to individual, organizational or environmental factors, and these problems affect the effectiveness and efficiency of the pharmacy service. Despite all the problems faced, both due to the pharmacy legislation and due to the reputation and prestige of the pharmacy profession, the pharmacist pays utmost attention and care in preparing and dispensing medicines to the prescription holder without discrimination (language, religion, race, etc.) is obliged to show. The aim of this research is to determine the problems faced by the community pharmacists operating in Adiyaman provinces and districts. In this context, a cross-sectional field study was conducted with the simple random sampling method between February-May 2019. In order to collect the data, a questionnaire consisting of a total of 25 items was used, including 4 questions about the socio-demographic characteristics of community pharmacists and 21 statements to identify the problems of the pharmacy profession. Data were collected first hand by interviewing face to face with 80 community pharmacists who participated in the study voluntarily. SPSS 22.0 statistical program was used to statistically describe and analyze the data. The Cronbach Alpha coefficient of the "Determining the Problems of the Pharmacy Profession" scale was determined as 0.738. With factor analysis, both the correlation of the questions constituting the scale, the significance levels and the explained variance ratio were examined. According to the factor analysis results obtained, it was determined that the factors that make up the scale are meaningful and related to each other and the explained variance ratio is sufficient. Accordingly, other analyzes were continued to achieve the purpose of the study. As a result of the study, it was revealed that some problems experienced by community pharmacists are quite important compared to other problems. For example, problems in the drug supply phase due to fluctuations in the exchange rate, problems with the disposal of expired drugs, problems with the collection of patients' examination participation shares, problems experienced during the delivery of equivalent (equivalent) drugs to patients or patient relatives, problems related to the race to grab the patients or patient relatives, and problems related to the unethical activities of other pharmacists in this race are among the important problems. Community pharmacists stated that they generally preferred defensive communication, as they feared harm to their pharmacies and themselves due to this very important problem.

Keywords: Community Pharmacy Service, Professional Problems, Adiyaman

Modern Dünyada Yeni Bir Din: Futbol

Asst. Prof. Dr. Mehmet Haşim AKGÜL

Burdur Mehmet Akif Ersoy University

mhakgul@mehmetakif.edu.tr

Orcid: 0000-0002-4665-9615

ÖZET

Bu bildiri, İnsanlık tarihi kadar eskiye dayanan spor alanının modernleşmeyle birlikte ortaya çıkarmış olduğu yeni formuyla insan hayatı üzerindeki görünümünü yansıtmayı amaçlamaktadır. Modern sporlar evrimsel bir gelişmeyle insan hayatının önemli bir parçası haline gelmiş ve çeşitli boyutlarıyla çağdaş toplumsal hayatın vazgeçilmez bir sektörü olmuştur; ancak modern sporlar içerisinde futbol alanına ayrı bir parantez açmak gerekir. Çünkü futbol günümüzde adeta bir din görünümündedir. Din kurumunun, toplumsal hayatı şekillendirmesi, insan davranışını belirlemesi, mabedleri ve inananlarıyla modern dönemin en dinamik olgularından biri olduğu söylenebilir. Bununla birlikte futbol da tıpkı bir din gibi, modern dünyada insanların kitlesel olarak eğilim gösterdiği yeni bir toplumsal alan oluşturmaktadır. Tıpkı din kurumunda olduğu gibi, futbolunda kendisine özgü mabedleri (stadyumlar), inananları (tarafklar) ve ilahi ezgileri (tezahüratları) vardır. Bu bağlamda futbol alanı çeşitli “dini” tezahürleriyle toplumsal hayatta etkisini artırarak adeta yeni bir din haline gelmektedir.

Anahtar Kelimeler: Modern Spor, Futbol, Din

A New Religion In The Modern World: Football

ABSTRACT

This notice aims to reflect the appearances of the sports area which dates back to the history of humanity, with its new form that has emerged with modernization on human life. Modern sports have become an important part of human life with an evolutionary development and become an essential sector for the contemporary social life with various dimensions. However, the area of football among modern sports needs a separate parenthesis. It is because football is simply like a religion today. It is possible to state that the institution of religion is one of the most dynamic phenomenon of the modern age with its temples and believers because it shapes social life and determines human behaviors. In addition just like religion, football creates a new social area in the modern world to which people show a massive tendency. As in the institution of religion, football has distinctive temples (stadiums), believers (fans) and hymns (acclaims). In this context the area of football increases its impact in social life with various “religious” manifestations and almost becomes a new religion.

Keywords: Modern Sport, Football, Religion

Stock Market Liquidity and Economic Growth Nexus: Evidence from Turkey

Dr. Gozde GURGUN

Deputy Executive Director
Communications and Foreign Relations Department
Central Bank of the Republic of Turkey, Istanbul Turkey
ggurgun@hotmail.com
Orcid: 0000-0001-8844-1430

Asst. Prof. Dr. Bilge CANBALOGLU

Department of International Trade and Business
Ankara Yildirim Beyazit University, Ankara Turkey
bbakin@ybu.edu.tr
Orcid: 0000-0001-6352-0079

ABSTRACT

There are mixed views on the relationship between stock market liquidity and economic growth. While some studies suggest that stock market liquidity enhances economic growth through creating liquidity and facilitating investment, others argue that stock market liquidity harms economic growth through reducing saving rates and corporate governance. This study examines the effects of Turkish stock market liquidity on economic growth considering the macroeconomic indicators such as domestic credit growth and current account balance for the period of January 2008- August 2019. For the measurement of stock market liquidity, Amihud's (2002) illiquidity measure is used by considering the returns of Borsa Istanbul-100 Index. As for methodology the autoregressive distributed lag (ARDL) model is employed, and both long-term and short-term impacts of market liquidity on the growth are investigated. The results show that stock market illiquidity and credit growth are the long-run key determinants of the economic growth in Turkey. An increase in stock market illiquidity (i.e. a decrease in liquidity) has negative impact on the growth, whereas the credit growth affects economic growth positively.

Keywords: Stock Market Liquidity, Economic Growth, ARDL Bounds Test Approach.

Havaalanı Yönetim Stratejileri: Havaalanı Simülasyonları ile Uygulama

Doç. Dr. Savaş S. ATEŞ
Eskisehir Technical University
ssates@eskisehir.edu.tr
Orcid; 0000-0003-2462-0039

Arş. Gör. Ezgi FİLAZOĞLU
Nisantasi University
ezgi.filazoglu@nisantasi.edu.tr
Orcid; 0000-0001-9572-7074

ÖZET

Günümüzde teknolojinin gelişmesi birçok alanda olduğu gibi eğitim alanında da yeniliklere yol açmıştır. Bu yeniliklerden birisi de eğitsel yazılımların kullanımı olmuştur. Eğitsel yazılımlar öğrencinin öğrendiği teorik bilgilerin sanal bir ortamda pratiğe dökülmesi olarak özetlenebilir. Görsel unsurlarla öğrenmenin daha iyi sonuçlar verdiği bilinen bir gerçektir. Bu sebeple eğitsel yazılımların kullanımı her geçen gün artmaktadır.

Bu çalışmada ise eğitsel yazılımların havacılık yönetimi bölümünde kullanılabilirliği üzerine araştırmalar yer almaktadır. Havacılık yönetimi bölümü havacılık alanında yöneticiler yetiştirme misyonuna sahiptir ve öğrencilere yönetim ile ilgili teorik birçok ders vermektedir. Ancak diğer bölümlerde olduğu gibi (Hava trafik kontrol, Uçak gövde motor bakım, Havacılık elektrik elektroniği, Pilotaj) havacılık yönetimi bölümünde bu bilgileri gerçek hayatta nasıl kullanacaklarını gösteren simülasyon veya laboratuvar gibi uygulamalı dersler mevcut değildir. Bu durum öğrenciler mesleğe başladıkları zaman bazı zorluklar yaşamalarına sebep olmaktadır.

Araştırmanın amacı farklı havaalanı yönetimi simülasyonlarının karşılaştırılmasıdır. Araştırma sonucunda havacılık yönetimi bölümünde havaalanı yönetimi konusundaki derslerin hangi simülasyon ile desteklenebileceğine yönelik uygulama yapılmıştır. Havacılık yönetimi öğrencilerinin mesleki gelişime katkıda bulunabilecek simülasyonlar değerlendirilmiştir. Farklı senaryolarla havaalanı yönetimi stratejilerini destekleyebilecek simülasyonlar oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Eğitsel Yazılım, Simülasyon, Havaalanı Yönetimi

Airport Management Strategies: Application with Airport Simulations

ABSTRACT

Today, the development of technology has led to innovations in education, as in many other fields. One of these innovations was the use of educational software. Educational software can be summarized as putting the theoretical knowledge learned by the student into practice in a virtual environment. It is a known fact that learning with visual elements give better results. For this reason, the use of educational software is increasing day by day.

In this study, there are researches on the usability of educational software in aviation management department. The aviation management department has a mission to train managers in the field of aviation and provides students with many theoretical courses on management. However, as in other departments (Air traffic control, Aircraft body engine maintenance, Aviation electrical electronics, Pilotage), there are no applied courses such as simulation or laboratory that show how to use this information in real life. This situation causes students to have some difficulties when they start their profession.

The aim of the research is to compare different airport management simulations. As a result of the research, an application has been made on which simulation can be used to support the courses on airport management in the aviation management department. Simulations that can contribute to the professional development of aviation management students were evaluated. Simulations that can support airport management strategies with different scenarios have been created.

Keywords: Educational Software, Simulation, Airport Management

Güçlendirme Algoritmaları ile Telekomünikasyonda Müşteri Kaybı Tahmini

Dr. Ezgi NAZMAN

Sivas Cumhuriyet University
ezgicabuk@cumhuriyet.edu.tr
Orcid: 0000-0003-0189-3923

ÖZET

Müşteri kaybı, özellikle bankacılık ve telekomünikasyon alanındaki büyük şirketler için en büyük sorunlardan biridir. Son zamanlarda, telekomünikasyon şirketleri, yeni müşteriler kazanmanın maliyeti, mevcut müşterileri elde tutmaktan daha fazla olduğu için müşteri kaybını önleme eğilimindedir. Bu nedenle şirketler, makine öğrenimi algoritmaları gibi farklı tahmin yöntemlerini kullanarak potansiyel kayıpları belirlemek istemektedir. XGBoost, Adaptive ve Gradyant Boost algoritmaları, denetimli makine öğrenimi yöntemleri olarak yaygın şekilde kullanılmaktadır. Boosting algoritmaları, diğer makine öğrenimi yöntemlerine kıyasla üstün algoritmalar olarak bilinmesine rağmen, bu modellerin performansları, veri seti oldukça dengesiz olduğunda büyük ölçüde etkilenebilir. Çalışmada, Boosting algoritmalarını değerlendirmek için % 26,4'ü kaybeden müşterileri içeren veri seti dikkate alınmıştır. Özellikler, müşterilerin cinsiyet, çevrimiçi güvenlik, internet hizmeti, çevrimiçi yedekleme gibi müşteri kaybetme kararıyla ilişkili olabilecek değişkenlerden oluşmaktadır. İlk olarak, Müşterilerin ilgili özellikler açısından dağılımını anlamak için keşifsel veri analizi uygulandı. Daha sonra, dengesiz veri problemini ortadan kaldırmak için Adaptive-oversampling yöntemi kullanılmıştır. Son olarak, karşılaştırılan algoritmaların tahmin sonuçlarını değerlendirmek amacıyla doğruluk, kesinlik ve F1 ölçümleri hesaplandı. Tahmin sonuçlarını doğrulamak için 10 kat çapraz geçerlilik de uygulandı.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Kaybı, Telekomünikasyon, Makine Öğrenmesi, Dengesiz Veri

Customer Churn Prediction in Telecommunication with Boosting Algorithms

ABSTRACT

Customer churn is one of the major problems for large companies, especially in banking and telecommunication. Recently, telecommunication companies tend to prevent customer churn since the cost of gaining new customers is more than retaining existing customers. Therefore, the companies would like to have to determine potential churns using different prediction methods such as machine learning algorithms. XGBoost, Adaptive, and Gradient Boosting algorithms are widely used as supervised machine learning methods. Although boosting algorithms are known as superior algorithms in comparison with other machine learning methods, the performances of these models can be greatly affected when the data set is highly imbalanced. In the study, the data set including 26.4% churned customers were considered for the study to evaluate Boosting algorithms. Features are consist of the variables which can be related to the churn decision of the customers such as gender, online security, internet service, online backup, etc. Firstly, Exploratory data analysis was applied to understand the distribution of customers in terms of the related features. Then, the Adaptive-oversampling method was used to eliminate the imbalanced data problem. Lastly, in order to evaluate prediction results of the compared algorithms accuracy, precision, and F1 metrics were calculated for the prediction results. 10 fold cross-validation was also applied in order to validate accuracy results.

Keywords: Customer Churn, Telecommunication, Machine Learning, Imbalanced Data

Toplu Taşıma-Hizmet Düzeyi ve Kentsel Planlama Çalışmaları: İzmir Merkez Kent Örneği

Asst. Prof. Dr. İrem Ayhan SELÇUK

Dokuz Eylül University

irem.ayhan@deu.edu.tr

Orcid: 0000-0002-9797-800X

ÖZET

Toplu taşıma sistemleri bir yerleşmede yaşayan farklı avantaj ya da dezavantajlara sahip bireyler arasında; kentsel hizmetlerden yararlanma düzeyi konusunda fırsat eşitliği sağlanması konusunda önemli bir paya sahiptir. Dolayısıyla toplu taşıma; bireyler arasında kentsel hizmetlerden yararlanma konusunda denge unsuru oluşturabilecek önemli bir araçtır. Denge unsuru olma ya da kentsel hizmetlerden yararlanma konusunda fırsat eşitliği sağlama özelliğini ise erişilebilirlik düzeyi üzerinden kurgular.

Bu çalışma kapsamında İzmir merkez kentte bulunan otobüs, metro, banliyö ve tramvay durak noktaları ile dolmuş güzergahlarından hizmet almayan noktalar belirlenmeye çalışılacaktır. Arcgis programı aracılığıyla gerçekleştirilecek network analizi çalışmanın yöntemini oluşturmaktadır. Bununla birlikte elde edilen sonuçlar üst ölçekli planlama çalışmalarıyla ilişkilendirilerek; gelecekte nüfus yoğunluğunda artış beklenen alanların toplu taşıma hizmet düzeyinde iyileştirmeler yapılması gerektiğine dikkat çekilecektir.

Bir yerleşmenin kullanıcıları arasında sosyal, kültürel, ekonomik, demografik ya da mekânsal özellikleri itibariyle ayrılan farklı kesimleri kentsel hizmetlerden benzer oranda yararlandırmada önemli bir araç olan toplu taşıma sistemlerinin önemine dikkat çekiyor olması, çalışmanın literatüre katkısı oluşturacaktır. Çalışma Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenen 2017.KB.FEN.016 No'lu projenin bir ürünüdür.

Anahtar Kelimeler: Toplu Taşıma, Mekânsal Planlama, Erişilebilirlik

Public Transport-Service Level and Urban Planning Studies: Case of Izmir

ABSTRACT

Public transportation systems are among the individuals living in a settlement who have different advantages or disadvantages; has an important share in providing equal opportunity in terms of utilization level of urban services. Hence public transportation; is an important tool that can create a balance between individuals in benefiting from urban services. On the other hand, it constructs the feature of providing equal opportunity in terms of being a balancing factor or benefiting from urban services through the level of accessibility.

Within the scope of this study, it will be tried to determine the bus, metro, suburban and tram stops and the points that are not served by the minibus routes in the city center of Izmir. Network analysis to be performed through the Arcgis program constitutes the method of the study. However, by correlating the obtained results with upper scale planning studies; It will be pointed out that improvements should be made in the public transportation service level of areas where population density is expected to increase in the future.

The fact that it draws attention to the importance of public transportation systems, which are an important tool in benefiting different segments of a settlement from social, cultural, economic, demographic or spatial characteristics, from urban services at a similar rate will constitute the contribution of the study to the literature. The study is a product of the project numbered 2017.KB.FEN.016 supported by Dokuz Eylül University Rectorate Scientific Research Coordination Unit.

Keywords: Public Transportation, Spatial Planning, Accessibility

Sağlık ile İyilik Hali Arasındaki İlişki: İller Düzeyinde Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Serap TAŞKAYA

Osmaniye Korkut Ata University

seraptaskaya@yahoo.com

Orcid: 0000-0003-3072-5232

ÖZET

Sağlık ve iyilik hali, bireysel olduğu kadar toplumsal düzeyde de önemli olan ve birbiri ile pozitif ilişkisi bulunan iki kavramdır. Sağlık durumu kötü olan bir bireyin kendini iyi hissetmesinin mümkün olmadığı gibi, sağlık statüsü düşük olan bir toplumunda iyilik hali içinde olması beklenemez. Ancak bu iki terimin birbiri ile olan ilişkisi toplumsal düzeyde daha az incelenmiştir. Söz konusu sorun nedeniyle yapılan bu çalışmanın amacı da sağlık ile iyilik hali arasındaki ilişkiyi iller bazında incelemektir. Araştırmada, bağımsız değişken olan sağlık düzeyini belirlemede, sağlıklı yaşam yılı, bebek ölüm oranı, beş yaş altı ölüm oranı ve hekim başına düşen müracaat sayısı göstergeleri kullanılmıştır. İyilik hali, illerin daha iyi yaşam endeksi değerini yansıtmaktadır ve tüm veriler Türkiye İstatistik Kurumu veri tabanından elde edilmiştir. Eviews programı ile gerçekleştirilen çoklu değişkenli regresyon analizi neticesinde, sağlıklı yaşam yılının ($\beta = .388$), bebek ölüm oranının ($\beta = -.207$), beş yaş altı çocuk ölüm oranının ($\beta = -.476$) ve kişi başına düşen hekim sayısının ($\beta = .283$) iyilik hali ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgular sonucunda, sağlık politika yapımcıların ve sağlık yöneticilerine sağlık ile iyilik halinin bireysel olduğu kadar toplumsal düzeyde de birbiri ile ilişkili olduğunu, bu nedenle toplumların sağlık statüsünü belirleyen göstergelerde meydana gelen değişimlerin, onların iyilik halini de etkileyebileceğini göz önünde bulundurması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: İyilik Hali, Sağlıklı Yaşam Yılı, Bebek Ölüm Oranı, Beş Yaş Altı Ölüm Oranı, İller

The Relationship Between Health and Well-Being: A Study at Province Level

ABSTRACT

Health and well-being are two concepts that are important at the social level as well as individually and have a positive relationship with each other. Just like it is not possible for an individual with poor health status to feel well, and a society with low health status cannot be expected to be in well-being. However, the relationship between these two terms is less studied at the social level. The purpose of this study, which was conducted due to the problem in question, is to examine the relationship between health and well-being on a provincial basis. In the study, in determining the health level, which is the independent variable, the indicators of healthy life years, infant mortality rate, under-five mortality rate and the number of applications per physician were used. Wellbeing reflects the better life index value of the provinces and all the data were obtained from the Turkey Statistical Institute data base. As a result of the multivariate regression analysis performed with the Eviews program, healthy life years ($\beta = .388$), infant mortality rate ($\beta = -.207$), under-five mortality rate ($\beta = -.476$) and the number of physicians per person ($\beta = .283$) provinces were found to be associated with well-being. As a result of these findings, it is revealed that health policy makers and health administrators should consider that health and well-being are interrelated at the social level as well as individually, therefore, changes in indicators determining the health status of societies may affect their well-being.

Keywords: Well-being, Healthy Life Year, Infant Mortality Rate, Under Five Mortality Rate, Provinces

Banner Reklamlarındaki Bilgilendirici Metnin ve İnsan Görselinin Tüketici Üzerindeki Etkisi: Faydacı ve Hazcı Ürün Karşılaştırması: Bir Göz İzleme Analizi

Ezgi DELEN

Dokuz Eylül University

ezgitekn@gmail.com

Orcid:0000-0003-1434-7913

ÖZET

Covid-19 sonrasında yapılan Bankalar Arası Kart Merkezi'nin (BKM) verilerine göre pandemi döneminde 5 milyon kartın internetten ödemeler ile tanıştığı görüldü. Özellikle tüketim alışkanlıklarının Covid-19 sonrasında çevrimiçi alışverişe ilgi olarak yönlendirilmesinin çevrimiçi reklamların tasarımı açısından her geçen gün artan önem düzeyini ortaya koymaktadır. Aynı zamanda, fayda içerikli arayışın toplumdaki yaşanan bu değişimlerle artacağı öngörüldüğünden bilgilendirici içerikli reklamlara olan tüketici tutumunun pozitif yönde gelişmesi beklenmektedir. Bu bilgilerin reklam dizaynı açısından kullanılabilmesi ve tüketici beklentisine reklamlar aracılığıyla hitap edilebilmesi için çevrimiçi ortamdaki uyaranların bileşimi önemlidir.

Araştırmalara göre, tüketici davranışlarının önemli bir bölümü bilinçdışı tepkiler ile ilişkilendirilmektedir. Tüketicilerin, alışveriş yaparken ya da reklamlarla karşılaştığında algıladığı görsele dair bilinçdışı olarak ilgi gösterebileceği de bilinmektedir. Reklam verenler gerçek ve potansiyel müşterileri için ürün ve hizmetleriyle ilgili vermek istedikleri mesajlarını reklamlar aracılığıyla iletirler. Ancak, reklam veren tarafından gönderilen bu mesajın müşteri tarafından doğru algılanıp algılanmadığını ölçmek ve reklamın ana amacına ulaşıp ulaşılmadığını test etmek kolay değildir. Hatta, bu noktada tüketicilerin cevaplarını ve duygu/düşüncelerini etkileyen çok çeşitli değişkenler olduğundan; tüketicilerin reklama dair tepkilerini ve reklamın belli noktalarına dair dikkatlerini geleneksel yöntemlerle ölçmek oldukça zordur.

Bu çalışmanın ana amacı, tüketicilerin ürün reklamlarını bilgilendirici metin ve insan resimleriyle nasıl gördüğünü anlamak ve reklam dizaynı açısından alternatifleri ürün tipi bazında değerlendirerek reklam verenlerin mesajını en etkili şekilde iletebilmesi için en iyi etmenleri ortaya çıkarmaktır.

Bu çalışmanın diğer çalışmalardan farklı olarak yöntemsel amacı, bu nedenle, bir laboratuvar deneyimi olarak tasarlanan bu çalışmada göz takip tekniği kullanılmasıdır. Bu sayede, bir çevrimiçi alışveriş kulübünden alınan banner reklam görüntülerinin bilgilendirici metin ve insan görseli kullanımı dikkate alınarak tüketici odak noktaları açısından ürün tipine göre farklarını ortaya konulmuştur. Göz izleme metodunu basitçe tanımlarsak belirli bir şey üzerindeki göz hareketlerinin ölçülmesi diyebiliriz. Yani müşterinin ilk nereye baktığı, en uzun nereye baktığı, toplamda genel olarak nereye baktığı ve uyarıcı görsel üzerinde toplam ne kadar süre harcadığı gibi verilere ulaşabiliriz. Bu verilerden yola çıkarak reklama dair tüketicinin odak noktaları açısından veriler de elde etmek mümkündür. Araştırmacılar, temelde deneysel içerikli haz veren soyut tatminlere dayalı hazcı ve kullanıcı açısından fayda getirebilecek somut nitelikleri olan faydacı olmak üzere; iki ürün kategorisi üzerinde durmaktadır. Bu nedenle çalışmanın analizi için; literatürde yaygın olarak yer alan, hazcı ürün reklama açısından üç ürün (Gözlük, ayakkabı ve parfüm) değerlendirmek üzere seçilmiştir. Yine literatürde yaygın olarak yer alan, teknolojik ürün temelinde faydacı kategoride üç elektronik ürün (Televizyon, telefon ve kulaklık) reklamının tüketiciler tarafından göz izleme değerleri dikkate alınmıştır.

Sıcaklık haritası verilerine göre, ürün tipi farkı olmaksızın reklamlarda kullanılan bilgilendirici metin ve insan görselleri tüketicinin dikkatini çekmektedir. Ancak, bu odaklanma noktalarını karşılaştığımız zaman farklar ortaya çıkmaktadır. Araştırmanın en önemli bulgusu; teknolojik ürün banner reklamlarında baskın olarak bilgilendirici metnin ve hazcı ürünlerde ise baskın olarak insan görselinin tüketicinin dikkatini çekmesidir. Faydacı ürünler için bilgilendirici metin etki düzeyinin hazcı ürünlere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hazcı ürünler için ise insan görselinin kullanımı tüketicinin dikkatini çekmek için etkili bir yöntem olabilmektedir. Çalışmaya katılanların alışveriş eğilimini belirlemek için; hazcı ve faydacı tüketim eğilimi ölçümleri (Kim, 2009) temel alarak katılımcılara deney sonrası anket uygulanmıştır. Çalışmaya katılım gösterenlerin %89,7'sinin faydacı tüketim alışkanlığı eğiliminde olmasının bu sonuca ulaşılmasında ilişkisel olarak katkısı olduğu düşünülmektedir. Ancak, sadece ürün kategorisi temelinde de bu sonuçların geçerli olabileceği tahmin edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Online Alışveriş, Banner Reklam, Hazcı ve Faydacı Ürün, Bilgilendirici Metin, İnsan Görseli.

The Effect of Informative Text and Human Image in Banner Ads: A Comparison Between Hedonic and Utilitarian Products: An Eye Tracking Analysis

ABSTRACT

It was seen that 5 million cards met online payments during the pandemic period according to the data of the Interbank Card Center (ICC) made after Covid-19. The orientation of consumption habits as an interest in online shopping after Covid-19 reveals the increasing importance of online advertising in terms of the design of online ads. At the same time, as it is predicted that the search for benefit will increase with these changes in the society, the consumer attitude towards informative advertisements is expected to develop positively. The combination of stimuli in the online environment is important in order to use this information in terms of advertising design and to address consumer expectations through advertisements.

According to researches, an important part of consumer behavior is associated with unconscious reactions. It is also known that consumers may be unconsciously interested in the visuals they perceive while shopping or while encountering advertisements. Advertisers convey the messages they want to give about their products and services to their real and potential customers through advertisements. However, it is not easy to measure whether this message sent by the advertiser is perceived correctly by the customer and to test whether the main purpose of the advertisement has been achieved. In fact, at this point, there are many variables that affect the consumers' responses and feelings / thoughts; it is quite difficult to measure consumers' reactions to advertising and their attention to certain points of the advertisement with traditional methods.

The main purpose of this study is to understand how consumers see product advertisements with informative text and visuals of people and to reveal the best factors for advertisers to convey their message in the most effective way by evaluating alternatives in terms of ad design on the basis of product type.

The methodological aim of this study, which brings a unique perspective to the evaluation of the ad design on the basis of product types, is to use an eye tracking technique in this study designed as a laboratory experience. In this way, considering the use of informative text and human images of banner ad visuals of an online shopping club, the differences according to product type in terms of consumer focal points have been revealed. If we simply define the eye tracking method, we can call it as the measurement of eye movements on a particular thing. In other words, we can access data such as where the customer is looking first, where he is looking the longest, where he is looking in general and how much time he spent on the stimulus visual. Based on these data, it is possible to obtain information regarding the focal points of the consumer about advertising. Researchers basically focus on two product categories; hedonistic based on abstract satisfaction with experiential content; and utilitarian with tangible qualities that can bring benefits to the user. Therefore, for the analysis of the study; widely included in the literature; in terms of hedonic product advertising, three products (glasses, shoes and perfume) were selected to evaluate. The eye tracking values of three electronic products (television, telephone and headphone) advertisements in utilitarian category based on technological products, which are widely included in the literature, were taken into consideration.

According to the heat map data, informative text and human images used in advertisements, regardless of product type, attract the attention of the consumer. However, differences arise when we compare these focal points. The most important finding of the research; technological product banner advertisements are more focused predominantly with informative text and the human visuals are more focused in hedonic products, predominantly. It was concluded that the informative text effect level was higher for utilitarian products than hedonistic products. For hedonic products, the use of human images can be an effective method to attract the attention of the consumer. To determine the shopping tendency of the study participants; A post-experiment questionnaire was applied to the participants based on the hedonistic and utilitarian consumption tendency scale (Kim, 2009). It is thought that the fact that 89,7% of the participants in the study tend to have utilitarian consumption habits has associational contribution to this result. However, it is anticipated that these results may be valid only on the basis of product category.

Keywords: Online Shopping, Banner Ad, Hedonic and Utilitarian Product, Informative Text, Human Image

COVID-19 Pandemi Sürecinde Bilgi Arama İhtiyacı Nasıl Karşılandı? (Türk Gazetelerinin Kurumsal Instagram Hesaplarındaki Covid-19 Haberlerine Yönelik İçerik Analizi)

Assoc. Prof. Dr. Ayşen TEMEL EĞİNLİ

Ege University
aysen.temel.eginli@ege.edu.tr
Orcid: 0000-0003-4830-4524

Res. Asst. Neslihan ÖZMELEK TAŞ

Ege University
neslihan.ozmelek.tas@ege.edu.tr
Orcid: 0000-0002-6348-2495

ÖZET

Dünya çok hızlı bir şekilde yayılan Covid-19 virüsü ile karşılaştı ve milyonlarca insan solunum sistemi ile ilgili hastalık yaşadı ve yaşamaktadır. Coronavirüs birçok ülkede sadece sağlığı ve sağlık sistemini değil, ekonomi, eğitim, kişilerarası ilişkiler vb. çok sayıda alanı da olumsuz etkiledi. Bu süreçte özellikle ilk haftalarda yeni ve belirsiz bir bilgi ile karşı karşıya kalan kişiler bilgi arama ihtiyacını yoğun olarak hissetmişlerdir. Özellikle kriz dönemlerinde yanlış bilginin yayılma hızı da oldukça yüksek olduğundan kişiler doğru bilgiye ulaşma çabası göstermişlerdir. Bilgi, iletişim sürecinin bir parçasıdır. Edinilen bilginin nasıl yorumlanacağı kişinin içinde yer aldığı coğrafyadan, sosyal, eğitim, kişisel çok sayıda faktörden etkilenmektedir (Madden 2000). Bilgi ihtiyacı, eksiklik duyulan ya da belirsiz olan bir konu ile ilgili kişiyi anlama ve yorumlamasına katkıda bulunacak bilgi arama davranışına yönlendirmektedir (Kuhlthau, 1993). Bilgi arama davranışı, sosyal, iletişimsel ve etkileşimsel bir davranış bütünü olarak karmaşık bir süreçtir (Fourie, 2004:70). Kuhlthau (1991) bilgi arama davranışının belirli bir konu hakkında amaçlı bir şekilde bilgi durumunda değişiklik yaratmayı hedeflediğini belirtmektedir. Bu noktada medyanın doğru bilginin kişilere ulaştırılmasında ve endişenin azaltılmasında rolü büyüktür. Covid-19 pandemisinin başladığı ilk haftalarda kişilerin bilgi ihtiyacının yoğunluğu nedeni ile bilgi arama davranışının da oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu çalışmada, Türkiye’de covid-19 pandemisinin başladığı ilk haftalarda, kişilerin bilgi ihtiyaçlarını gidermek amacıyla ile yöneldikleri gazetelerin sosyal medya hesaplarında, covid-19 ile ilgili bilginin hangi konularda yoğunlaştığı ve nasıl aktarıldığının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla Türkiye’de en yüksek tiraja sahip ilk üç gazetenin 11 Mart-25 Mart 2020 tarihleri arasında kurumsal Instagram hesapları üzerinden yaptıkları Corona virüsü/Covid-19 içerikli haber paylaşımları, içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Sonuçta ise bu süreçte haberlerin hangi konularda yoğunlaştığı ve bilginin nasıl aktarıldığı ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Arama İhtiyacı, Bilgi Arama Davranışı, Covid 19, Pandemi, İçerik Analizi

How was The Need for Information Seeking Met During the COVID-19 Pandemic Process? (Content Analysis for Covid-19 News in Turkish Newspapers' Corporate Instagram Accounts)

ABSTRACT

The world encountered the Covid-19 virus, which spread very rapidly, and millions of people suffered respiratory diseases and lives. Coronavirus has negatively impacted not only the health and health system in many countries, but also many areas such as economy, education, and interpersonal relations. During this process, especially in the first weeks, people who were faced with new and uncertain information, felt the need to seek information intensely. Especially since the rate of misinformation spreading is very high during crisis periods, people have spent efforts to reach the correct information.

Information is part of the communication process. How the acquired knowledge is interpreted is influenced by the geography, social, educational and personal factors (Madden 2000). The need for information leads to information-

seeking behavior that will contribute to the understanding and interpretation of the person regarding a missing or uncertain subject (Kuhlthau, 1993). Information seeking behavior is a complex process as a social, communicative and interactional behavior set (Fourie, 2004: 70). Kuhlthau (1991) states that information-seeking behavior aims to create a change in the state of information about a specific subject purposefully. At this point, the media has a great role in delivering the right information to people and reducing anxiety.

In the first weeks of the Covid-19 pandemic, it is seen that due to the intensity of people's need for information, information seeking behavior is also quite high. Therefore, in this study, which began in the first week of Covidien-19 pandemics in Turkey through the social media accounts of the newspapers they refer to in order to meet the information needs of people. It is aimed to determine on which subjects the information about covid-19 is concentrated and how it is transferred. For this purpose, the first three of the newspaper's with the highest circulation in Turkey, news shares on Corona virus-Covid-19 content published on their corporate Instagram accounts between March 11 and March 25, 2020 were analyzed using content analysis method. With regard to covid-19, it is aimed to determine on which subjects the information is concentrated and how it is transferred.

Keywords: Need for Information Search, Information Search Behavior, Covid 19, Pandemic, Content Analysis

İnformal Cepten Sağlık Harcamalarında Hakkaniyet: İstanbul Örneği

Asst. Prof. Dr. Mustafa NARCI

Isik University
mustafa.narci@isikun.edu.tr
Orcid: 0000-0001-6918-0087

Prof. Dr. Hacer ÖZGEN NARCI

Istinye University
hacer.narci@istinye.edu.tr
Orcid: 0000-0002-5666-2172

Asst. Prof. Dr. Zeliha GÖRMEZ

Bingen Technical University of Applied Sciences
z.goermez@th-bingen.de
Orcid: 0000-0001-9519-2647

Öykü Naz BARTU KAVAS

Executive Assistant in Amazon
oykunazbartu@windowslive.com
Orcid: 0000-0002-1130-0565

Asst. Prof. Dr. Gülhan KALMUK

Istinye University
gkalmuk@istinye.edu.tr
Orcid: 000-0002-4734-0454

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, informal cepten sağlık harcamalarında hakkaniyetin değerlendirilmesidir. Araştırmada 2017 yılında İstanbul'da Türkiye İstatistik Kurumu tarafından seçilen 2.059 hanehalkı ve bu hanelerde yaşayan toplam 6.930 kişi kapsanmıştır. Araştırma verisi, konuya özel hazırlanan yapılandırılmış anketin yüz yüze görüşme tekniği ile elektronik ortamda uygulanmasıyla toplanmıştır. Hekim tarafından çağrıldığı için muayenehaneye yapılan ödemeler, aynı katkı ödemeleri ve her tür illegal ödeme informal cepten ödeme olarak tanımlanmıştır. İnformal ödemelerde hakkaniyeti (artan oranlılık) değerlendirmek için informal cepten ödemenin hanehalkı tüketim harcaması içindeki payı ve Kakwani endeksi hesaplanmıştır. Analiz sonucunda, en düşük harcama dilimindeki bireylerin yaptıkları informal cepten sağlık harcamasının hanenin toplam tüketim harcaması içindeki payının (0,0029), en yüksek harcama dilimindeki bireylere kıyasla daha düşük (0,0038) olduğu bulunmuştur. Tüm gelir grupları dikkate alınarak hesaplanan Kakwani endeksi değerine göre (0,1335), informal cepten ödemelerin artan oranlı olduğu belirlenmiştir. Ancak en düşük harcama dilimindeki bireylerin informal cepten ödeme yüzdesinin (12,03) tüketim harcaması yüzdesinden (8,26) daha yüksek olduğu dolayısıyla alt gelir dilimlerinde endeksin azalan oranlı olduğu bulunmuştur. Sonuç olarak, informal cepten ödemelerde hakkaniyet sorununun yaşandığını söylemek mümkündür. Dolayısıyla informal cepten sağlık harcamaları konusu, sağlık politikası konuları arasındaki yerini korumalıdır.

Anahtar Kelimeler: İnformal Cepten Sağlık Harcaması, Hakkaniyet, Kakwani Endeksi

Not: Bu çalışma TÜBİTAK tarafından desteklenen 215K068 numaralı projeden üretilmiştir.

Equity in Informal Out-of-Pocket Health Payments: İstanbul Example

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine informal out-of-pocket health payments. The research was carried out in İstanbul in 2017 with a total sample of 2059 households selected by the Turkish Statistical Institute, covering 6930 people. Data were collected face-to-face with a structured survey questionnaire designed exclusively for the study in an electronic environment. Payments that were made for private physician services because the person

was asked by a physician to come in to his/her private office, in-kind contributions and all types of payments without invoice were defined as informal. To examine progressivity of informal out-of-pocket health payments, the share of informal out-of-pocket health payments in household consumption expenditure and Kakwani index were calculated. The results showed that the percentage of informal out-of-pocket health payments in consumption expenditure was lower for those in the lowest quintile (0.0029) than those in the highest quintile (0.0038). A positive Kakwani index value (0.1335) for the whole sample indicated equity in informal payments. However, low-income people had a higher share of informal out-of-pocket health payments in consumption expenditure (12.03) than high-income people (8.26), meaning informal health payments were regressive for lower income people. In conclusion, it is possible to say that there is an equity problem in informal out-of-pocket payments for health. Therefore, the issue should still be a health policy concern.

Keywords: Informal Out-of-Pocket Health Payments, Equity, Kakwani Index

Note: This study was funded by the Scientific and Technological Research Council of Turkey with a project number of 215K068.

Dijital Dönüşüm Sürecinde Yükselen Bir Değer: Dijital Liderlik

Dr. Ali İhsan ÇELEN

Ordu University

alihsancelen@gmail.com

Orcid: 0000-0002-8009-3432

ÖZET

Dijital dönüşümü yakalamak ve yönetmek günümüz gerek özel gerek kamu kurumlarının en önemli sorunsalı haline gelmiştir. Diğer bir ifade ile dijital dönüşümün ne olduğu sorusu kadar nasıl yönetileceği sorusu da önem kazanmıştır. Buna göre çalışmanın amacını; dijital dönüşümü temel bileşenleriyle tanımlamak, başarılı bir dönüşüm için gerekli olan dijital liderliği temel nitelikleriyle birlikte ele almak ve kurumlar için önemini ortaya koymak oluşturmaktadır. Bu kapsamda dijital dönüşüm; ticari faaliyetler/işlevler, iş süreçleri, iş modelleri, iş ekosistemleri, işletme varlık yönetimi, organizasyon kültürü, ekosistem ve ortaklık modelleri, müşteri, çalışan, iş ortakları vb. alanları içeren kapsamlı bir süreci ifade etmektedir. Bu dönüşüm sürecinin başarılı bir şekilde yönetilmesi ihtiyacı dijital liderlik olgusunun önemini ortaya koymaktadır. Çok uluslu şirket deneyimlerinden hareketle süreci başarılı bir şekilde yönetecek bir dijital liderde; neofili davranma, icat etme aynı zamanda kopyalama, endüstriyel sınırlardan kaçınma, yeniliği yaratıcılıktan daha fazla önem verme, yüksek AQ'ya sahip olma, dijitali araç olarak görme, teknolojiyi araştırma ve çalışanları ile paylaşma, ilham verme, teknolojiyi iyi okuma ve fazlasıyla faydalanma, işbirliğini ve inovasyonu teşvik etme, risk yönetme vb. niteliklerin bulunması hayati önem taşımaktadır. Bu durum dijital liderliği kaçınılmaz olduğunu, bilinen liderlik tiplerinden çok daha fazlasını kapsadığını ve çok daha karmaşık bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu noktada her kurumun kendi dijital dönüşüm gereksinim boyutunu belirlemesi ve buna göre dijital liderini tanımlaması öncelikli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda çalışma; oldukça yeni bir kavram olan ve hakkında oldukça sınırlı çalışmanın olduğu dijital liderlik konusunda, dijital dönüşümün anlaşılması ve nasıl yönetilmesi gerektiği konusunda önemli ipuçları sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Dönüşüm, Liderlik, Dijital Liderlik

A Rising Value in the Digital Transformation Process: Digital Leadership

ABSTRACT

Capturing and managing digital transformation has become the most important problem of both private and public institutions today. In other words, the question of how to manage digital transformation has become as important as the question of what it is. Accordingly, the purpose of the study; defining digital transformation with its basic components, addressing digital leadership with its basic qualities, which is necessary for a successful transformation, and revealing its importance for institutions. In this context, digital transformation refers to a comprehensive process that includes business activities/functions, business processes, business models, business ecosystems, business asset management, organizational culture, ecosystem and partnership models, customers, employees, business partners, etc. The need to manage successfully of this transformation process reveals the importance of digital leadership. Based on the experiences of multinational companies, it is vital to have the following qualifications in a digital leader who can successfully manage the process: Behave neophile, invent and copy at the same time, avoiding industrial boundaries, paying more attention to innovation than creativity, having high AQ, seeing digital as a tool, researching and sharing technology with its employees, inspiring, reading technology well and making use of it, encouraging collaboration and innovation, managing risk, etc. This situation shows that digital leadership is indispensable for an organization, it encompasses much more than known leadership types and has a much more complex structure. At this point, it is a priority issue for each institution to determine its own digital transformation requirement dimension and define its digital leadership. In this sense, it provides important clues about digital leadership, which is a new concept and has limited studies, about how digital transformation should be understood and how it should be managed.

Keywords: Digital Transformation, Leadership, Digital Leadership

Pandemi Sürecinde Muhasebe Meslek Mensuplarının Mesleki Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi

Assoc. Prof. Dr. Ayşe Nur BUYRUK AKBABA

Bitlis Eren University
abuyruk@beu.edu.tr
Orcid: 0000-0003-4940-7138

Asst. Prof. Dr. Nurcan BULUT

Bitlis Eren University
nbulut@beu.edu.tr
Orcid: 0000-0002-8374-8350

ÖZET

Günümüzde hangi mesleği icra edersek edelim fiziki ve zihinsel bir takım iş stresleriyle karşı karşıya kalmaktayız. Yaşanan iş stresine bağlı olarak ortaya çıkan tükenmişlik; başarısızlık, enerji kaybı, karşılanamayan istekler gibi durumlarına neden olmaktadır. Tükenmişlik, kişilerin çalışma hayatı ile günlük hayatı arasında stres yönetimini sağlayamaması, yetersiz kalmasıdır. Kişiler, çoğunlukla bu duygu ile mücadele etmek yerine duyguların kabullenilmesi gibi psikolojiye hâkim olabilmektedirler. Tükenmişliğin bazı evreleri, boyutu, göstergeleri vardır ki bunlar, duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve düşük kişisel başarı şeklinde meydana gelmektedirler. Tükenmişlik sendromunda fiziksel, psikolojik, davranışsal ve örgütsel göstergeler şeklinde göstergeler olduğu söylenebilir. Tükenmişlik duygusuna bazen kişisel özellikler bazen de çevresel etkenler neden olabilmektedir. Aşırı iş yükü, zaman baskısı, çalışanlar üzerinde gözetim baskısı da tükenmişlik duygusunun var olmasına neden olabilmektedir. Günlük çalışma hayatında muhasebe mesleğini icra eden meslek mensupları, muhasebe mesleğinin stresli olması ve fazla iş yüküne sahip olması nedeni ile tükenmişlik sendromunu yaşarlarken, covid-19 pandemi sürecinde bu duyguların daha yoğun olması ile tükenmişlik etkisi daha fazla olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, muhasebe meslek mensuplarının covid-19 pandemi sürecinde tükenmişlik düzeyinin hangi seviyede olabileceğini göstermek ve bu düzeyin belirlenmesi ile elde edilen sonuca göre çözüm önerilerinin sunulmasıdır. Bu amaçla çalışmanın ilk bölümünde; kavramsal bilgilere yer verilmiş, muhasebe mesleğini icra eden meslek mensupları ile kişisel görüşme yapılmış, nitel araştırma tekniği uygulanarak tükenmişlik düzeyi belirlenmeye çalışılmıştır. Ulaşılan sonuca göre konuya ilişkin meslek mensuplarına çözüm önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Tükenmişlik, Muhasebe, Muhasebeci

An Empirical Research on the Occupational Burnout Levels of Accountants During the Pandemic: Covid-19

ABSTRACT

People have been facing work stress, no matter what is their occupation, nowadays. The occupational burnout which arises from work stress causes a failure, an energy loss and an irredeemable request. The occupational burnout is the situation in which people who are included in the work life cannot balance the work life and the daily life also they could not be enough to have everything under control. However, the employees, generally, accept the fatigue instead of fighting against it. The occupational burnout has some phases and indicators which lead to an emotional exhaustion, a desensitization and a low self-success. Both personal features and environmental factors take place to the occurring of the occupational burnout. Moreover, a work overload, a time limitation and a supervision of the worker can cause the occupational burnout. Accountants who suffer from the work overload and the stress of work which make them feel the occupational burnout have been suffering more and more because of the covid-19 which has been seen as a pandemic throughout the world for a year. The aim of this study is to show the level of the occupational burnout of the accountants which arose from the covid-19. Furthermore, by determining of the level of their occupational burnout, the authors of this study will make some possible solution offers. For these reasons, the literature data is given in the first part of the study, and the analyzing of the interviews with the accountants are given in the methodology. Finally, after reaching the outcome of the study the possible solution offers are submitted in the conclusion part.

Keywords: The Occupational Burnout, Accounting, Accountant.

KOBİ'lerde Girişimsel Pazarlama Perspektifinden Pazarlama Karması

Inst. Doğu KAYIŞKAN

Dokuz Eylül University
dogu.kayiskan@deu.edu.tr
Orcid: 0000-0003-2831-5824

Prof Dr. Engin ÖZGÜL

Dokuz Eylül University
engin.ozgul@deu.edu.tr
Orcid: 0000-0002-1106-1744

ÖZET

Günümüzde KOBİ'ler, faaliyetlerini yürütürken birçok zorlukla karşılaşmaktadır. Yüksek belirsizlikler ve zorlu rekabet içeren pazarlarda, önemli ölçüde artan ve değişen tüketici taleplerini tahmin etmek günden güne zorlaşmaktadır. Geleneksel pazarlama, KOBİ'lerin bu ortamda stratejik pazarlama kararları vermede ve rekabet etmeleri için artık çok etkili ve yeterli değildir. Öngörülemeyen ve belirsizlik pazarıyla uğraşırken, işletmeler pazarlamada daha girişimci olmalıdır. Bundan dolayı, araştırmalar, öngörülemeyen bir pazarda rekabet avantajı elde etmek isteyen KOBİ'ler için Girişimsel Pazarlama kullanarak bir çözüm sunmaktadır. Bu çalışma Girişimsel Pazarlamanın özelliklerinin geleneksel pazarlama karması ile uyulanmasına kavramsal bir bakış getirmektedir. KOBİ'lerin büyük işletmelerden farklı olarak rekabet avantajı elde etmesi adına girişimsel pazarlama açısından pazarlama karması öğelerinin nasıl şekillendirilmesi gerekliliğini ortaya koyması amaçlanmaktadır. Kavramsal olarak yapılan bu araştırmanın daha sonra yapılacak deneysel çalışmalar için de bir temel oluşturması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimsel Pazarlama, Pazarlama Karması, Girişimcilik

Marketing Mix from the Entrepreneurial Marketing Perspective in SME's

ABSTRACT

Nowadays, SMEs face many difficulties in carrying out their activities. In markets with high uncertainty and fierce competition, it is getting harder day by day to predict significantly increasing and changing consumer demands. Traditional marketing is no longer very effective and sufficient for SMEs to make strategic marketing decisions and compete in this environment. Businesses that operate in an unpredictable and uncertain market should be more entrepreneurial in marketing. Therefore, research offers a solution using Entrepreneurial Marketing for SMEs who want to gain competitive advantage in an unpredictable market. This study brings a conceptual view to the adaptation of the features of Entrepreneurial Marketing with the traditional marketing mix. It is aimed to reveal the necessity of shaping the marketing mix elements in terms of entrepreneurial marketing in order for SMEs to gain competitive advantage unlike large enterprises. This conceptual research is expected to form a basis for further experimental studies.

Keywords: Entrepreneurial Marketing, Marketing Mix, Entrepreneurship

Aile İçi Şiddette Dilin Rolü

Assoc. Prof. Dr. Ali ÇİÇEK

Erzincan Binali Yildirim University

acicek@erzincan.edu.tr

Orcid: 0000-0003-3487-7794

ÖZET

Bu çalışmada, toplumun temelini oluşturan aile yapısında meydana gelen ve sürekli bir artış eğilimi gösteren aile içi şiddette dilin rolü üzerinde durulacaktır. Burada temel amaç, bu problemlerin çözümünde çok zengin tarihi ve kültürel birikimlerin sözcüsü olan dilimizin yapabileceği olumlu katkılarını ortaya koyabilmektir. Aile içi şiddet konusunda yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu; dilin terbiye, incelik, düzgün davranış olarak tarif edebileceğimiz edebi rolünden çok; özellikle kadına, çocuğa ve diğer aile fertlerine karşı işlenen suçları, bunların sebeplerini ve çözüm yollarını kapsamaktadır.

Bilindiği üzere içinde olumlu öğelerin büyük çoğunlukta olmalarına karşın, dilin olumsuzluk öğeleri de vardır ve bazen bunlar daha etkin olabilmektedirler. Zira bilindiği üzere bir atasözümüzde geçen, "Kılıç yarası geçer, dil yarası geçmez." vb. çok etkili sözlerimiz mevcuttur. Dolayısıyla aile içi şiddetin çözümüne katkı için, dilin büyük çoğunlukla sahip olduğu olumlu öğeleri, sakinleştirici ve tedavi edici bir ilaç gibi kullanmak mümkündür.

Bu çalışmanın hazırlanmasında, konuyla ilgili olarak yapılmış çalışmalara da müracaat edilmek üzere, bilirkişi olarak boşanma kararlarının tercümelerinden edindiğim kazanımlardan, aile ve insan hayatıyla bağlantılı atasözlerinden ve deyimlerden, konuyla uyuşan edebi eserlerden ve ilgili diğer kaynakların yararlanılacaktır. Ayrıca bu hususta yürütmekte olduğum ağız çalışmalarından da yararlanılacaktır.

Bu konuyla ilgili yapılacak çalışmalarda, aile ortamında kurulacak iletişimde dilin sihirli etkisi devamlı göz önünde bulundurulmalı, bunun için de tarihi dil mirasları derinlemesine araştırılmalıdır.

Anahtar kelimeler: Dil, Aile, Şiddet.

The Role of the Language in Domestic Violence

ABSTRACT

This study will focus on the role of language in domestic violence that occurs in the family structure that forms the basis of society and shows to have a tendency to increase. In the solving these problems, the main purpose here is to reveal the positive contributions of our language, which is the spokesperson of very rich historical and cultural accumulations. Most of the studies on domestic violence; rather than the literary role of language, which we can describe as upbringing, refinement and proper behavior; It covers especially crimes committed against women, children and other family members, their reasons and solutions.

As it is known, although there are the majority of positive elements in it, the language also has negativity elements and sometimes these can be more effective. Because as it is known, in one of our proverbs, " Kılıç yarası geçer, dil yarası geçmez." (Words cut more than swords). Etc. We have very effective words. Therefore, in order to contribute to the solution of domestic violence, it is possible to use the positive elements of the language as a calming and therapeutic medicine.

In the preparation of this study, in order to refer to the studies on the subject, my acquisitions as an expert from the translations of divorce decisions, proverbs and idioms related to family and human life, literary works that match the subject and other related sources will be used. In addition, the dialect works I have been conducting on this issue will also be used.

In studies on this subject, the magical effect of language in communication to be established in the family environment should be kept in mind, and historical language heritage should be investigated in depth for this.

Keywords: Language, Family, Violence.

Siyasal İletişimde Görgü ve Protokol Kurallarının Önemi

Asst. Prof. Dr. Uğur ORAL

Yasar University

ugoral@gmail.com

Orcid: 0000-0001-7460-0381

ÖZET

Kişiler, gruplar, toplumlar ve devletler arasındaki ilişkilerin sağlıklı bir biçimde yürümesi, karşılıklı saygı ve nezaketin mevcudiyetiyle mümkündür. Toplumsal ilişkileri düzenleyen hukuk, din kuralları, gelenek ve görenekler gibi, görgü kuralları da sağlıklı bir iletişimin ortaya çıkmasında önem taşımaktadır. Türkiye’deki ilkokullarda, 1960’lı yıllarda görgü kuralları ders olarak okutuluyordu. Bu, zamanında, görgü kurallarına verilen önemi göstermektedir. Öte yandan resmi alandaki ilişkiler ve iletişim de kimileri yazılı kimileri ise yıllardır uygulanarak gelenek haline dönüşmüş protokol kurallarına göre kurulmakta, gelişmekte ve sürmektedir. Protokol kuralları en basit tanımıyla görgü kurallarının resmi ilişkilere adapte edilmiş halidir.

Siyasete dair her türlü iletişimi siyasal iletişim başlığı altında incelemek mümkündür. Bu bağlamda siyasi partilerin ve siyasetçilerin gerek halkla gerekse kendi aralarındaki iletişiminin sağlıklı bir biçimde gerçekleşmesi amaçlarına ulaşma ve toplumsal huzur açısından çok önemlidir. Her ne kadar, görgü ve protokol kurallarına dair çeşitli makaleler, kitaplar yazılmışsa da bu kavramların siyasal iletişim ile ilişkilerine dair özel çalışmaların olmaması, Türkiye’de bu konuya gerekli önemin verilmediğini göstermektedir.

Oysaki görgü kurallarının ve protokolün geçmişi “devlet” kavramının tarihi kadar eskidir. 1069’da Yusuf Has Hacıp’in yazdığı Kutadgu Bilig, 1530’da Erasmus’un yazdığı “Çocuklar İçin Adabı Muaşeret” isimli kitaplar, sosyal ilişkilerde yüzyıllardır görgü kurallarının ne denli önemsendiğini göstermektedir. Fransa Kralı XIV. Louis’nin protokolü “Herkesin üzerinde bir din” şeklinde tanımlaması batılı ülkelerde, o yıllarda bile protokolün ne denli önemsendiğini göstermektedir. Keza protokolün devlet görevlilerinin yetiştirildiği okullarda ders olarak okutulması, Tanzimat’tan sonra bu alanda bir bakanlık kurulması gibi örnekler batılı ülkelerde olduğu gibi Osmanlıda da bu kavramın ne denli değer gördüğünü ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada, siyasal iletişimde görgü ve protokol kurallarının önemini vurgularken doğru bir siyasal iletişimde söz konusu kuralların uygulanış şekli Batı ülkelerinden ve Türkiye’den örneklerle birlikte açıklanmaktadır. Günümüzde iletişim kavramı evrilirken, “Vox populi vox dei” anlayışı pratik anlamda da ön plana çıkmış ve siyasal iletişimin kendisini görgü ve protokol kuralları ışığında yeniden dizayn etmesi kaçınılmaz bir gereklilik haline almıştır. Yöneten-yönetilen ilişkisinin disiplinli ve karşılıklı saygı içinde yürümesi sosyal barışın tesisi açısından en temel gerekliliktir. Bu da, her iki tarafın, kendilerini, beklentilerini, evrensel nezaket kuralları çerçevesinde ifade etmeleriyle mümkündür. Bu yüzden, siyasetin halkla ilişkilerinin, görgü ve protokol kuralları ışığında, günümüzün değişen iletişim koşullarına göre, yeniden irdelenmesi ve sorgulanması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Görgü Kuralları, Protokol, Siyasal İletişim, Siyaset

Importance of Etiquette and Protocol Rules in Political Communication

ABSTRACT

Healthy relations between individuals, groups, societies and states are possible with the presence of mutual respect and courtesy. Just like the law, religious rules, customs and traditions that regulate social relations, etiquette is also important in the emergence of a healthy communication. In primary schools in Turkey, etiquette was taught as a course topic in the 1960s. This, demonstrates the importance given to etiquette in those years. On the other hand, relations and communication in the formal area are established, developing and continuing in accordance with the rules of the protocol, some of which are written, some of which have been applied for many years and have become traditions. Protocol rules are the simplest definition of etiquette adapted to formal relations.

It is possible to examine all kinds of communication about politics under the heading of political communication. In this context, a healthy communication between political parties and politicians, both with the public and among

themselves, is very important for achieving their goals and for social peace. Membership is important. Although various articles and books have been written on etiquette and protocol rules, the lack of Special Studies on the relations of these concepts with political communication shows that sufficient attention has not been given to this issue in Turkey. However, the history of etiquette and protocol is as old as the history of the concept of "state". Kutadgu Bilig, written by Yusuf Has Hacı in 1069, and "Manners for Children", written by Erasmus in 1530, show how important etiquette has been in social relations for centuries. King of France XIV. Louis' definition of the protocol as "a religion above all" shows how important the protocol was even in those years in western countries. Likewise, examples such as the protocol being taught as a course in schools where state officials are trained, and the establishment of a ministry in this field after the Tanzimat, show how much this concept was valued in the Ottoman Empire as in Western countries.

In this study, while emphasizing the importance of etiquette and protocol rules in political communication, the way these rules are applied in proper political communication is explained together with examples from Western countries and Turkey. As the concept of communication has evolved today, the concept of "Vox populi vox dei" has come to the fore in a practical sense, and it has become an inevitable necessity for political communication to redesign itself in the light of etiquette and protocol rules. It is the most basic requirement for the establishment of social peace that the governing-managed relationship should be conducted in disciplined and mutual respect. This, in turn, is possible when both sides express themselves, their expectations, within the framework of universal rules of kindness. Therefore, the public relations of politics need to be re-examined and questioned in accordance with the changing communication conditions of today in the light of the rules of etiquette and protocol.

Keywords: Etiquette, Protocol, Political Communication, Politics

PISA Bize Okumada Ne Anlatıyor? Bir Güvenilirlik Çalışması

Res. Asst. Talha GÖKTENTÜRK

Yıldız Technical University
talhagoktenturk@gmail.com
Orcid: 0000-0002-8619-0698

Prof. Dr. Ali Fuat ARICI

Yıldız Technical University
aricialifuat@gmail.com
Orcid: 0000-0003-0980-0824

Assoc. Prof. Dr. İbrahim DEMİR

Yıldız Technical University
idemir@yildiz.edu.tr
Orcid: 0000-0002-2734-4116

ÖZET

Okuma, matematik ve fen bilimleri becerilerine yönelik olarak yapılan PISA araştırmaları çok sayıda ülkenin katılımı ile geniş bir veri havuzunu araştırmacılarla buluşturmakta, Dünya'nın birçok ülkesi hakkında çalışma yapılması için araştırmacılara imkân sağlamaktadır. Bu çalışmada 2018 yılında uygulanan PISA okuma becerisi maddelerinin ülke alt gruplarına yönelik olarak diferansiyel madde fonksiyonu gösterip göstermediğinin belirlenmesi hedeflenmektedir. Çalışmanın alt amacı olarak diferansiyel madde fonksiyonu gösteren maddelerin Türkiye alt grubuna ait bulgular sunulmuştur. Tek biçimli olan ve tek biçimli olmayan diferansiyel madde fonksiyonunun belirlenmesindeki avantajı ve parametrik veri setlerine uygunluğu sebebiyle lojistik regresyon analizleri işe koşulmuş ve 3 aşamadan oluşan analizler neticesinde oluşan diferansiyel madde fonksiyonu sonuçları ihmal edilebilir, orta seviye ve yüksek seviye olmak üzere üç kategoride sınıflandırılarak bulgulaştırılmıştır. Sonuçlar diferansiyel madde fonksiyonu orta ve yüksek seviye olarak kategorilendirilmiş maddelerin bir semptom olarak değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Madde yanlılığının bir işareti olarak diferansiyel madde fonksiyonu değerlendirilebileceği gibi Türkiye evreni içindeki çeşitli değişkenler sebebiyle diferansiyel madde fonksiyonlarının oluşabileceği unutulmamalıdır. Bu sebeple diferansiyel madde fonksiyonunu ortaya çıkarabilecek yeni analizlere ihtiyaç duyulduğu söylenebilecektir.

Anahtar Kelimeler: PISA, okuma becerisi, diferansiyel madde fonksiyonu.

What Does PISA Tell Us in Reading? A Reliability Study

ABSTRACT

PISA research on reading, mathematics and science skills brings researchers a large data pool with the participation of many countries, and provides researchers with the opportunity to study on many countries of the world. In this study, we aimed to determine whether the PISA reading skills items applied in 2018 show differential item function for country subgroups. As a sub-goal of the study, findings for Turkey subgroup was presented. Due to its advantage in determining uniform and non-uniform differential item function and because of its suitability for parametric data sets, logistic regression analyzes were employed and the results of differential item function from the analysis consisting of 3 stages were classified into three categories as negligible, medium level and high level. The results indicate that items categorized as differential item function medium and high level should be evaluated as a symptom. Like we can assess the differential item function as a sign for item bias, this can be evaluated as a result of various variables from Turkey universe. Therefore, it can be said that new analyzes are needed to reveal the differential matter function. This can also open PISA data's ecological background in Turkey universe.

Keywords: PISA, reading skills, differential item function.

Algılanan Kurumsal İmaj ile Birey-Örgüt Uyumu, Psikolojik Sahiplik ve Örgüt Temelli Özsaygı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Esengül İPLİK

Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University

eiplik@atu.edu.tr

Orcid: 0000-0002-6000-1588

ÖZET

Örgütlerin giderek artan rekabetçi piyasalarda kendilerini daha iyi pazarlamak adına farklı stratejiler araması, son yıllarda kurumsal kimlik, imaj ve itibar kavramlarının daha fazla ön plana çıkarmasına yol açmaktadır. Özellikle, kimlik ve imaj, örgütün genel itibarı üzerinde etkide bulunan önemli bileşenler olarak tanımlanmaktadır. Bu bileşenlerden kurum imajı, rekabet edebilmek ve kısa, orta ve uzun vadede pazarda kalıcılığını garanti altına almak isteyen bir örgüt için çeşitli iç ve dış bileşenlerle ilişki kurma ve sürdürme kabiliyeti bakımından daha fazla kritik öneme sahiptir. Olumlu bir imaj algısının, hissedarları örgüte yatırım yapmaya teşvik etme, iyi personeli çekme, mevcut çalışanların örgüte olan bağlılıklarını artırma, müşterileri elde tutma ve karı artırma gibi olumlu sonuçları bulunmaktadır. Dolayısıyla, bir örgütün imajının dış paydaşları ile çalışanları tarafından nasıl algılandığı etkinliğini ve performansını doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda, “başkalarının örgütü nasıl gördüğü” ya da paydaşların örgütle ilgili sahip olduğu izlenimlerini veya algılarını ifade eden kurumsal imaj algısı bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Buna göre bu çalışmanın amacı çalışanların örgüte yönelik tutum ve davranışlarını etkileyebilen bir unsur olan kurumsal imaj algısının, birey-örgüt uyumu, psikolojik sahiplik ve bireyin örgüt temelli özsaygısı üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen çalışmada kullanılan veri kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak bir ilaç firmasının satış temsilcilerinden toplanmıştır. Toplam 300 anket dağıtılmış olup, bu anketlerden 220 adedi geri dönmüş ve 6’sı hatalı doldurulması sebebiyle çalışma dışında bırakılmıştır. Böylece analizde kullanılan toplam anket sayısı 214 olmuştur. Yapılan çalışmada ilk olarak değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Ede edilen sonuçlara göre, algılanan kurum imajı ile birey-örgüt uyumu, psikolojik sahiplik ve örgüt temelli özsaygı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki bulunduğu belirlenmiştir. Buna göre çalıştıkları örgütün dışarıdaki kişiler tarafından olumlu algılanan bir imaja sahip olduğunu düşünen çalışanların psikolojik sahiplik düzeyleri ile örgüt temelli özsaygıları artmaktadır. Benzer şekilde, birey-örgüt uyumu ile psikolojik sahiplik ve örgüt temelli özsaygı arasında pozitif yönlü doğrusal bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. Buna göre, birey-örgüt uyumu yüksek çalışanların psikolojik sahiplik düzeyi ve örgüt temelli özsaygısı artmaktadır. Çalışmada bu doğrudan ilişkilerin yanı sıra çalışanların imaj algılarının psikolojik sahiplik ve örgüt temelli özsaygı üzerine olan etkisinde birey-örgüt uyumunun aracılık rolü de ele alınmıştır. Birey-örgüt uyumunun aracılık etkisini test etmek amacıyla Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen üç aşamalı regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan üç aşamalı regresyon analizi sonucunda, algılanan kurum imajının psikolojik sahiplik ve örgüt temelli öz saygı üzerindeki etkisinde, birey-örgüt uyumunun tam değil kısmi aracılık etkisi olduğu, dolayısıyla bu ilişkilerde birey-örgüt uyumunun tek aracı değişken olmadığı, başka değişkenlerin de bu ilişkilerde aracılık rolü bulunduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurum İmajı, Birey-Örgüt Uyumu, Psikolojik Sahiplik, Örgüt Temelli Özsaygı

The Investigation of Relationship between Perceived Organizational Images with Person-Organization Fit, Psychological Ownership and Organization-Based Self-Esteem

ABSTRACT

Organizations look for different strategies to better market themselves in the increasingly competitive markets, and this leads the concepts of corporate identity, image, and reputation to gain more prominence in recent years. Particularly, identity and image are defined as important components that have an effect on the general reputation of the organization. Among these components, corporate image has a more critical importance in terms of the ability to establish and maintain a relationship with various internal and external components for an organization that wants to continue its existence in the market in the short, medium, and long term. A positive image perception has positive outcomes such as encouraging shareholders to invest in the organization, attracting good personnel,

increasing organizational commitment of current employees, retaining customers, and increasing profit. Thus, how an organization's image is perceived by its external stakeholders and employees directly affects its effectiveness and performance. In this context, "how others see the organization" or the corporate image perception, which expresses the impressions and perceptions of stakeholders regarding the organization, constitutes the main subject of this study. Accordingly, the aim of this study is to determine the effect of corporate image perception, which is an element that can affect the attitudes and behaviors of employees towards the organization, on person-organization fit, psychological ownership and organization-based self-esteem. Within the scope of this study to be conducted in line with this purpose, data used were collected from the sales representatives of a pharmaceutical company using the convenience sampling method. A total of 300 questionnaires were distributed, 220 of these questionnaires returned and 6 of them were excluded from the study due to incorrect filling. Thus, the total number of questionnaires used in the analysis was 214. In the study, firstly, correlation analysis was conducted to determine the relationship between variables. According to the results, it was determined that there is a statistically significant and positive relationship between perceived corporate image and person-organization fit, psychological ownership, and organization-based self-esteem. Accordingly, when employees think that the organization they work for has an image that is perceived positively by outside people, their psychological ownership level and organization-based self-esteem increase. Similarly, it was revealed that there is a positive linear relationship between person-organization fit and psychological ownership and organization-based self-esteem. Accordingly, when employees' person-organization fit is high, their psychological ownership level and organization-based self-esteem increase. In addition to these direct relationships, the mediating role of person-organization fit in the effect of employees' image perceptions on psychological ownership and organization-based self-esteem was also discussed. In order to test the mediating effect of person-organization fit, three-step regression analysis proposed by Baron and Kenny (1986) was used. As a result of the hierarchical regression analysis, findings were obtained indicating that person-organization fit has a partial mediating role in the relationship between perceived corporate image and psychological ownership, organization-based self-esteem. Therefore, it has been determined that the person-organization fit is not the only mediator in these relationships, and other variables also have a mediating role in these relationships.

Keywords: Organization Image, Person-Organization Fit, Psychological Ownership, Organization-Based Self-Esteem

İran Jeopolitiğinin Önemi ve İran'ın Dış Politikasına Etkisi

Tuba ÇAKMAK

Uludag University
tubacakmak2009@hotmail.com
Orcid:0000-0001-7082-4177

ÖZET

Jeopolitik, devletlerin dış politikasını belirleme noktasında uluslararası konjonktür de önemli bir faktör olagelmıştır. Coğrafi açıdan daha iyi konumlanmış olan ülkelerden biri olan İran, her zaman büyük sömürgeci güçlerin hedefi olmuştur. Kenar kuşak teorisinde de önemine vurgu yapılan ülkelerden biri olan İran, Güneyinde Basra Körfezi ve Umman Körfezi, kuzeyde ise Hazar Denizi ile çevrili olup, bu konumu ülkenin eşsiz bir ticari pazar haline gelmesini sağlamıştır. Ortadoğu'nun en stratejik noktalarından biri olarak kabul edilen Basra Körfezinin petrol ve enerji kaynaklarının önemli transit yollarından biri olması da İran'ın jeopolitik önemini artırmaktadır. Tüm bunlar İran'ın ve Ortadoğu'nun avantajını artırıcı unsurlar olarak görülebilecekse de hem tarih boyunca bölgede yaşanan çıkar mücadeleleri hem de son dönemde Ortadoğu da yaşanan gelişmeler bu bölgenin coğrafi konumunun bölgenin güvenliği açısından dezavantaj da olabildiği görülmektedir. İran dış politikasını belirleyen coğrafi jeopolitiğin yanı sıra Şii inancı üzerinden yürütülen bir jeopolitikte söz konusudur. Bir yandan bulunduğu coğrafi konum bir yandan da dini unsurlar üzerinden yürütülen iç politikanın dış politikaya yansımaları İran'ın dış politikasında belirleyici olan jeopolitik unsurlardır. Bu çalışmada da İran jeopolitiğinin köklü bir tarihe sahip olan İran'a sağladığı avantaj ve dezavantajları, Ortadoğu siyasetini belirleyen en önemli aktörlerden biri olmasındaki rolü jeopolitik açıdan incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: İran, Jeopolitik, Ortadoğu, Şii jeopolitiği, Dış Politika, Kenar Kuşak Teorisi

The Importance of Iranian Geopolitics and Its Effect on Iran's Foreign Policy

ABSTRACT

Geopolitics and the international conjuncture have been an important factor in determining the foreign policy of states. Iran, one of the countries that is better geographically, has always been the target of major colonial powers. Iran, one of the countries whose importance is emphasized in the Rimland theory, is surrounded by the Persian Gulf and the Gulf of Oman in the south, and the Caspian Sea in the north, and this location has made the country a unique commercial market. The fact that the Persian Gulf, which is regarded as one of the most strategic points of the Middle East, is one of the important transit routes of oil and energy resources increases the geopolitical importance of Iran. Although all these can be seen as factors that increase the advantage of Iran and the Middle East, it is seen that both the conflicts of interest in the region throughout history and the recent developments in the Middle East can be a disadvantage in terms of the security of the region. In addition to the geopolitics that determine Iran's foreign policy, it is also a matter of geopolitics based on the Shia faith. Geopolitical factors are determinant in Iran's foreign policy, on the one hand, on the one hand, and on the other hand, the reflections of the domestic policy carried out through religious elements to the foreign policy. In this study, the advantages and disadvantages of Iranian geopolitics for Iran, which has a deep-rooted history, and its role in being one of the most important actors in the Middle East politics will be examined in terms of geopolitics.

Keywords: Iran, Geopolitics, Middle East, Shia geopolitics, Foreign Policy, Rimland Theory

Pandemi Sürecinde Yeni Normal (Yönetim, Üretim ve Pazarlamada Değişen Trendler)

Asst. Prof. Dr. Cihat KARTAL

Kirikkale University
ORCID: 0000-0003-2390-8268
dr_cihat_kartal@yahoo.com

Asst. Prof. Dr. Esmâ Ebru ŞENTÜRK

Hitit University
ORCID: 0000-0002-4528-1518
eebrusenturk@hitit.edu.tr

Prof. Dr. Recep YÜCEL

Kirikkale University
ORCID: 0000-0002-4755-417X
akademik71@gmail.com

ÖZET

Koronavirüs, ekonomilerde önemli değişikliklere sebep olmuştur. Üretim sektörünün birçok aşamasından hizmet sektörüne kadar taleplerin sürekli olarak değişim içinde olduğu belirsiz bir dönem içinde hareket etmek, iş dünyasını da tıpkı tüketicilerde olduğu gibi ölçümlendirilemeyen bir psikolojik stres içine sokmuştur. Halihazırda yeni karantina tedbirlerinin konuşulması, bazı ülkelerin vatandaşlarını koruyabilmek için riskli bölge ilanları, seyahatlere yönelik kısıtlamalar kimilerinin artık salgın bitecek diyerek ümitlendiği bir ortamın tamamen farklı bir yaşam biçimine evrilmesiyle sonuçlanan bir sürecin içindeyiz. Salgın sürecinin olumsuzluklarından sadece insanlar değil doğadaki bütün canlıların etkilendiğinden bahsedebiliriz. Haber kanallarındaki olumsuz bildirimler, işten çıkarılmalar, düşen gelir, belli konular ile ilişkili bütçe kesintileri ya da performans kayıpları gibi negatif göstergeler 2021 yılının daha da zorlu geçeceğine yönelik işaretleri ortaya koymaktadır. Pandemi Sürecinde Yeni Normal isimli çalışmamız üretici ve tüketici gözünden gelecek beklentilerine yönelik literatür çalışmasını içermektedir. Çalışmamız işletmelerin kontrolü altında olmayan değişime uyum sağlayabilmek için başta dijital çözümler olmak üzere iş dünyasının bulduğu güncel çözüm önerilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Korona Virüs, Pandemi, Yeni Normal

The New Normal in the Pandemic Period (Changing Trends in Management, Production and Marketing)

ABSTRACT

The coronavirus has caused significant changes in economies. Acting in an uncertain period in which demands are constantly changing from many stages of the production sector to the service sector has put the business world into an incommensurable psychological stress just like consumers. We are currently in a process that has resulted in a completely different way of life in an environment where talking about new quarantine measures, announcing risky regions to protect citizens of some countries, restrictions on travel, and some hoping that the epidemic will end. We can mention that not only humans but all living things in nature are affected by the negativities of the epidemic process. Negative indicators such as negative notifications in news channels, layoffs, falling income, budget cuts related to certain issues or performance losses indicate that 2021 will be even more difficult. Our study titled The New Normal in the Pandemic Process includes a literature study about the expectations of the producer and the consumer. Our study aims to reveal the current solution suggestions found by the business world, especially digital solutions, in order to adapt to the change that is not under the control of businesses.

Keywords: Corona Virus, Pandemic, New Normal

2020 International CEO Communication, Economics, Organization & Social Sciences Congress
**İşletme Yönetiminde Dijital İletişim ve İş Dünyasıyla Nasıl Bağlantılı
Olduğu**

Dr. Pelin ÖZKUZEY
Istanbul Okan University
pelinozkuzey@gmail.com
Orcid: 0000-0002-2097-5150

ÖZET

Bu makale, iş yönetiminde dijital iletişim dönüşümünün iş hayatımızla nasıl ilişkili olduğuna odaklanmaktadır. İlk olarak, iletişime bakmanın başka bir yolunu sunar.

Daha sonra dönüşümün kendi varlığımız için faydalı olduğu kadar iş hayatımızı da etkilediği ve daha iyi iletişim, yönetim, liderlik sağlaması tartışılıyor. Dijital dönüşüm, şirketleri iş modellerini değiştirmeye ve yeni pazara uyum sağlamaya zorluyor. Dijital dönüşüm, kendine nezaket göstermeyi, paylaşılan insanlığı tanımayı ve farkında olmayı gerektirir, parçası olduğumuz iş ortamımız için çok faydalı olabilir. Dönüşümün iş iletişimimiz üzerindeki etkisini ölçmek için Ölçekte İletişimde Dijital Dönüşüm adlı bir anket kullanılıyor. Son olarak bu makale, dijital dönüşümün kendi varlığımıza ve iş hayatımıza fayda sağlayabileceğini öne sürüyor. Araştırma, dijital dönüşümün büyük duygusal faydalar, motivasyon sağladığını ve bireye, yöneticilere, liderlere, girişimcilere ve iş ortamlarına başarı getirdiğini gösterecek şekilde sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dönüşüm, Motivasyon, İletişim, Yönetim, Liderlik, Etkililik, Dijitalleşme.

Digital Communication in Business Management and How it Relates Into in Business Global

ABSTRACT

This paper focuses on the construct of digital communication transformation in business management how it is related to our business life. First it presents another way to look in communication.

Next, it discusses the fact that while transformation is beneficial to our own being it also affects our business life providing better communication, management, leadership. Digital transformation is forcing companies to change their business models and adapt to the new market. Digital transformation entails treating oneself with kindness, recognizing one's shared humanity, and being mindful can be very beneficial for our business environment that we are a part of. A questionnaire called Digital Transformation in Communication on Scale is used to measure the effect of transformation on our business communications. Finally, this article suggests that digital transformation may offer benefits to our own being and our business life. Research is presented so as to show that digital transformation provides great emotional benefits, motivation, and brings success to an individual, managers, leaders, entrepreneurs and the business environments.

Keywords: Transformation, Motivation, Communication, Management, Leadership, Effectiveness, Digitalization.

1950-1960 Dönemi Kurtuluş Savaşı Film Afişlerinde Bayrak

Dr. Gökçe MARŞAP

Istanbul Arel University

gokcemars@gmail.com

Orcid: 0000-0002-1292-4476

ÖZET

Türk sinemasının 1950-1960 dönemi incelendiğinde dönemin modasının tarihi filmler olduğunu söylemek mümkündür. Bu süreçte özellikle Kurtuluş Savaşı filmleri yoğunluk kazanmış ve beyaz perdedeki yerini almıştır. Diğer yandan Milli Mücadele romanlara yansımış, Türk edebiyatını etkileyen milliyetçilik ve tarih bilincinin oluşturmaya yönelik yayınların çoğalmasıyla, sinema sektörünün de bu yönde bir rota almasına neden olmuştur. Bu bağlamda, film afiş üretimleri de artmış, afişlerde kullanılan göstergeler milli kahramanlık hakkında fikir vermiştir. 1950-1960 döneminde Türk sinemasında tarihi filmler yükselişe geçmesiyle, filmlerin geniş kitlelere duyurulması amacı, afiş sanatının gelişimine neden olmuştur. Böylece sinemanın gelişimi, sinema ve grafik tasarım arasında organik bir ilişkinin doğmasına yol açmıştır. Türk afiş ressamları bu dönemde filmlerin içeriğine uygun olarak tasarladıkları afişleri, illüstrasyon uygulamalarıyla gerçekleştirmişlerdir. Kültürel afişler olarak bilinen bu tasarımlar, toplumu bilgilendirme, düzenlenecek etkinliğe davet etmesi bakımından özünde sanatsal, başka bir açıdan ticari ürün olma özelliği taşımaktadır. Afişler, kısa ömürlü bir tanıtım aracı olarak görülse de, kitle iletişim araçları içerisinde son derece önemli bir yere sahiptir. Afiş çalışmaları halkı yönlendiren, etkileyen ve bilgilendiren özelliklerinin yanı sıra “hatırlatma” ve “anımsatma” özelliği de taşımaktadır. Bu araştırmada, 1950-1960 dönemi Kurtuluş Savaşı film türünde 3 filmin afiş çalışmaları incelenecektir. Bu filmler; Kendini Kurtaran Şehir (1951), Şahinler Diyarı (1958), O'nun Süvarisi (1959) olarak belirlenmiştir. Söz konusu filmlerin afişlerinde bayrak kullanımının izleri sürülecek ve göstergebilimsel yaklaşımın temel ilkeleri göz önünde bulundurularak ve bu doğrultuda Ronald Barthes'ın Göstergebilimsel Serüven kitabı üzerinden bir yaklaşım benimsenerek, afişlerde bayrakla kurulan ilişkinin derinliği ve olası anlamları tespit edilmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Afiş, Bayrak, Film, Türk Sineması, Kurtuluş Savaşı.

Flag on the Independence War Movie Posters of the 1950s

ABSTRACT

When the 1950-1960 period of Turkish Cinema is examined, it is possible to say that the fashion of the period was historical films. During this period, especially the War of Independence films gained intensity and took their place on the big screen. On the other hand, the War of Independence was reflected in the novels, and with the increase of publications aimed at creating nationalism and historical awareness that affected Turkish literature, the cinema

industry took a course in this direction. In this context, the production of movie posters has also increased, and the signs used in the posters gave an idea about national heroism. With the rise of historical films in Turkish cinema in the 1950-1960 period, the aim of announcing films to large masses led to the development of poster art. Thus, the development of cinema led to the emergence of an organic relationship between cinema and graphic design. During this period, Turkish poster painters created the posters they designed in accordance with the content of the films, using illustration applications. These designs, known as cultural posters, are essentially artistic in terms of informing the society and inviting them to the event to be organized, and have the characteristic of being a commercial product from another perspective. Although posters are seen as a short-lived promotional tool, they have an extremely important place in mass media. Poster works have "reminder" and "reminder" features, as well as features that guide, affect and inform the public. In this research, posters of three movies in the War of Independence movie genre of the 1950-1960 period will be analyzed. These films; It was designated as Kendini Kurtaran Şehir (1951), Şahinler Diyarı (1958), O'nun Süvarisi (1959). The use of flags will be traced on the posters of the films in question, and the depth and possible meanings of the relationship established with the flag on the posters will be determined by taking into account the basic principles of the semiotic approach and adopting an approach through Ronald Barthes's The Semiotic Challenge.

Keywords: Poster, Flag, Movie, Turkish Cinema, War of Independence.

The Effect of Corporate Values on Job Satisfaction

Dr. Mustafa ASLAN

AWG Consultancy
maslan@hotmail.com
Orcid: 0000-0001-8049-3615

Lect. Hülya ATEŞOĞLU

Istanbul Gelisim University
hatesoglu@gelisim.edu.tr
Orcid: 0000-0003-2116-3821

ABSTRACT

The corporate values play an important role in attaining organizational goals by creating a framework of behavioral norms for the interaction of all organization members with each other and stakeholders, and creating foundations of the corporate culture. In addition to playing a regulatory and norm-setting role in organizational members' relationships with each other and all the stakeholders, the corporate values also ensure that these relationships are stable and continuous, the occurrence and root causes of conflicts are reduced, and the long term organizational performance is increased.

Job Satisfaction, which affects the employees perspective and perception of their jobs, and relationships with colleagues, their physical and psychological health, and hence their performance, is also an indicator of how healthy the relationships and hierarchical structure within the organization.

In this study, the relationship between these two essential Organizational concepts and the effect of corporate values on job satisfaction were examined. Four dimensions of corporate values, namely quality, innovativeness, participation, and collaboration, and three dimensions of job satisfaction, namely internal, external, and general job satisfaction, were included in the analyses.

As a result of the research conducted with 352 participants, it has been determined that the corporate values estimate about 33% of the internal job satisfaction, about 44% of the external job satisfaction, and 58% of the general job satisfaction. Although strong relationships between four dimensions of corporate values and three dimensions of job satisfaction were determined, no effect of the innovativeness dimension of corporate values was determined on any dimensions of job satisfaction.

Keywords: Corporate Values, Job Satisfaction, Participation, Innovativeness, Collaboration, Quality

Şanlıurfa'daki Çiftçilerin Tarımsal Ürünlerini Pazarlama Davranışlarında Etkili olan Faktörler

Dr. Öğr.Üyesi Mehmet CANÇELİK

Harran University, Şanlıurfa Vocational School of Social Sciences

m.cancelik@harran.edu.tr

Orcid: 0000-0001-8158-4455

ÖZET

Dünya nüfusu küresel olarak artarken, tarımsal üretim alanları ve üretim yapan çiftçi sayıları ise azalmaktadır. Bu birçok nedene dayalı olarak ortaya çıkmakla birlikte en önemli nedenler arasında tarımsal üretimden elde edilen gelirin çiftçinin refah seviyesini arttırmaktan uzak olmasıdır. Bir başka ifadeyle çoğunlukla geçimlik gelir boyutunda kalmasıdır. Bunda etkili olan faktörlerden birisi de çiftçinin üretmiş olduğu ürünleri değerinde satamıyor olmasıdır. Bu çalışmanın amacı Şanlıurfa'daki çiftçilerin tarımsal ürünlerini pazarlama davranışlarında etkili olan faktörlerin belirlenmesidir. Çalışmanın ana materyali Şanlıurfa'da basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen çiftçiler ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen verilerden oluşmaktadır. Anketler 2017 yılında yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS de analiz edilmiştir. Analizlerde ise Ki-kare testi kullanılmıştır. Ki-kare testi, iki veya daha fazla değişken grubu arasında ilişki olup olmadığının belirlenmesinde kullanılmaktadır. Bağımlı değişken olarak tarımsal ürün pazarlaması alınmıştır. Çiftçinin tarımsal pazarlama davranışını etkileyen pek çok faktör olmakla birlikte bu çalışmada bağımsız değişkenler olarak ise arazi miktarı, ürün çeşidi, sulu/kuru tarım yapıyor olması, pazarlama desteği ihtiyacı ve kooperatif üyeliği alınmıştır. Analizlerden elde edilen sonuçlara göre ürün çeşidi, sulu/kuru tarımda olması, pazarlama desteği ve kooperatif üyeliğinin istatistiki olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Arazi miktarının ise istatistiki olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Çiftçilerin tarımsal pazarlamada gelir kayıpları yaşamamak için örgütlü yapıların kurulması, yaygınlaştırılması ve üyeliklerin teşvik edilmesi gereklidir.

Anahtar Kelimeler: Tarımsal Pazarlama, Çiftçi Davranışları, Etkili Faktörler, Şanlıurfa

Factors Affecting the Agricultural Products Marketing Behaviors of Farmers in Şanlıurfa

ABSTRACT

While the world population is increasing globally, the number of agricultural production areas and farmers are decreasing. Although this emerges for many reasons, one of the most important reasons is that the income obtained from agricultural production is far from increasing the welfare level of the farmer. In other words, it is mostly at the level of subsistence income. One of the factors affecting this is that the farmer cannot sell the products he has produced at their value. The aim of this study is to determine the factors that affect the marketing behavior of farmers in Şanlıurfa. The main material of the study consists of data obtained from face-to-face surveys with farmers selected by a simple random sampling method in Şanlıurfa in 2017. The obtained data were analyzed in SPSS. The Chi-square test was used in the analyzes. Chi-square test is used to determine whether there is a relationship between two or more variable groups. Agricultural product marketing is taken as the dependent variable. Although there are many factors affecting the agricultural marketing behavior of the farmer, the amount of land, product type, irrigated/dry farming, marketing support need and cooperative membership were taken as independent variables in this study. According to the results, it was determined that the product type, being in irrigated/dry farming, marketing support, and cooperative membership were statistically significant and the amount of land is not. Organized structures should be established, disseminated and memberships should be encouraged in order to avoid income losses for farmers in agricultural marketing.

Keywords: Agricultural Marketing, Farmer Behaviors, Effective Factors, Şanlıurfa.

Yeni Kamu İşletmeciliği Paradigmasında Kamu Özel Ortaklığı Modeli: Şehir Hastanelerinin Düalist Yönetmel Yapıları Üzerine Bir Değerlendirme

Asst. Prof. Dr. Berat AKINCI

Adana Alparslan Turkes Science and Technology University

bakinci@atu.edu.tr

Orcid: 0000-0002-5239-5417

ÖZET

İkinci dünya savaşı sonrasında vatandaşların talep ve beklentilerinin karşılanmasında hâkim olan refah devleti anlayışı, zamanla kamu sektörünün haddinden fazla büyümesine yol açmıştır. Ağır ekonomik bunalımlara ek olarak artan ve çeşitlenen kamu hizmetlerinin bütçe üzerinde yaratmış olduğu yükleri kaldırmakta zorlanan yönetimler, neoliberal politikalarla küçülmeye daha doğrusu özel sektöre daha fazla rol vermeye başlamıştır. 1980’li yıllardan itibaren küresel bazda kendini hissettiren ve yeni kamu işletmeciliğinin temelini de oluşturan bu gelişmeler, bazı kamu hizmetlerinin özel sektörün işletme tekniğinden ve finans kaynaklarından yararlanılarak yerine getirilmesine olanak sağlamıştır. Böylelikle piyasa temelli anlayışın getirisi olarak kamu hizmetlerinin etkin ve verimli bir şekilde sunulması adına bazı kamu-özel ortaklık modelleri ortaya çıkmıştır. 1990’ların başında başta İngiltere olmak üzere birçok Avrupa ülkesinde sağlık sektöründe uygulanan kamu-özel ortaklık modeli, 2003 yılında başlayan sağlıkta dönüşüm programı kapsamında ülkemizde de uygulanmaya başlanmıştır. Bu kapsamda sağlık altyapısının güçlendirilmesi, sağlık hizmet sunumunda özel sektörün bilgi ve deneyiminden yararlanılması, küresel rekabete açık kalite standartlarının belirlenmesi ve en önemlisi bütçe üzerindeki sağlık harcamalarının payının azaltılması amacıyla 2005 yılında 5393 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu’na özel müteşebbislerle iş birliğinin önünü açan yeni bir madde eklenmiştir. Akabinde kamu-özel iş birliğini daha net çizgilerle belirleyen 2013 tarihli ve 6428 sayılı “Kamu-Özel İş Birliği Modeli ile Tesis Yapılması, Yenilenmesi ve Hizmet Alınması ile Bazı Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” kabul edilmiştir. Bu kanun kapsamında hayata geçirilen şehir hastaneleri projelerinde şu ana kadar 13 hastanenin yapımı özel sektör tarafından tamamlanarak sağlık bakanlığına teslim edilmiştir. Başlangıçta yüksek maliyeti ve atıl kapasite oluşturacağı eleştirisine konu olan şehir hastaneleri, Covid-19 pandemisiyle mücadelede göstermiş olduğu yüksek performans sayesinde bu eleştirilere şimdilik göğüs gerebilmiştir. Ancak sağlık hizmet sunumunda yeni olan bu sistem, çekirdek sağlık hizmetlerinin kamu sektörü diğer destek hizmetlerinin ise yüklenici firma tarafından yerine getirilmesini sağlayan çift başlı örgütsel ve yönetmel yapıya sahiptir. Şehir hastaneleriyle birlikte ortaya çıkan düalist yönetmel yapı, yüklenici firma ile kamu sektörü yöneticileri arasında amaçsal farklılaşmadan kaynaklanan çatışmaların yaşanmasına zemin yaratabilmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada yetki ve sorumluluk dengeleri açısından yeni bir durum ihtiva eden şehir hastanelerinin yönetmel yapıları analiz edilerek, olası sorunlara yönelik çözüm önerileri getirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Kamu İşletmeciliği, Kamu Özel Ortaklığı, Şehir Hastaneleri.

The Public-Private Partnership Model in the New Public Management Paradigm: An Evaluation on Dualist Administrative Structures of City Hospitals

ABSTRACT

After the Second World War, the understanding of the welfare state, which prevailed in meeting the demands and expectations of the citizens, led to the excessive growth of the public sector over time. In addition to severe economic crises, the administrations that had difficulties in removing the burden on the budget created by increasing and diversifying public services started to shrink with neoliberal policies, or rather, to give a more role to the private sector. These developments, which have made themselves felt on a global basis since the 1980s and formed the basis of new public management, have enabled some public services to be performed by benefiting

from the business technique and financial resources of the private sector. Thus, some public-private partnership models have emerged in order to provide public services effectively and efficiently as a result of a market-based approach. The public-private partnership model, which was applied in the health sector in many European countries, especially in the UK, in the early 1990s, started to be implemented in our country within the scope of the health transformation program that started in 2003. In this context, in order to strengthen the health infrastructure to benefit from the knowledge and experience of the private sector, to determine the quality standards open to global competition, and most importantly, to reduce the share of health expenditures on the budget, a new article was added to the Health Services Basic Law No.5393, which paves the way for cooperation with private entrepreneurs. Subsequently, the Law No. 6428 of 2013, which defines the public-private cooperation in clearer lines, "Building, Renovation and Service by Public-Private Partnership Model, and Amending Certain Decree Laws" was adopted. In the city hospital projects implemented within the scope of this law, the construction of 13 hospitals has been completed by the private sector so far and delivered to the ministry of health. City hospitals, which were initially criticized that it would create high costs and idle capacity, have been able to withstand these criticisms for now thanks to their high performance in the fight against the Covid-19 pandemic. However, this system, which is new in health service delivery, has a double-headed organizational and managerial structure that ensures that core health services are provided by the public sector and other support services by the contractor firm. The dualist administrative structure that emerged with city hospitals can create a basis for conflicts arising from the purposeful differentiation between the contractor firm and the public sector managers. Therefore, in this study, the administrative structures of city hospitals, which contain a new situation in terms of authority and responsibility balances, are analyzed and solutions are offered for possible problems.

Keywords: New Public Management, Public Private Partnership, City Hospitals.

Halkla İlişkiler Ajanslarının Web Sayfalarına Yönelik Bir İnceleme

Asst. Prof. Dr. Hüsamettin AKAR

Bolu Abant İzzet Baysal University

husamettinakar@ibu.edu.tr

Orcid: 0000-0001-6742-6629

ÖZET

Bu çalışmada Ekim 2020 tarihi itibarıyla Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin web sayfasında Linkler – Yerli Linkler- Halkla İlişkiler Kuruluşları sekmesi altında yer alan toplam 77 halkla ilişkiler ajansından web sayfalarına ulaşılabilen 65 ajansın web sayfaları, sayfa tasarımı ve web sayfalarında sunulan içerikler açısından değerlendirilmiştir. Araştırmada yöntem olarak niteliksel araştırma metodlarından biri olan içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir.

Halkla ilişkiler ajanslarının web sayfalarına ait sayfa tasarımları değerlendirilirken bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Kodlama cetvelinde; web sayfasının İngilizce versiyonunun olup olmaması, site haritası, site içi arama, güncelleme tarihi, farklı sayfalardan ana sayfaya erişim ve sosyal paylaşım sitelerine ait linklerin olup olmaması birer kriter olarak belirlenmiştir.

Araştırmada web sayfalarına ulaşılabilen toplam 65 halkla ilişkiler ajansının web sayfaları tasarım özelliklerine göre değerlendirildiğinde; bu ajansların %95,38'inin web sayfalarında farklı sayfalardan ana sayfaya erişimi tek tıkla sağladığı, %86,15'inin web sayfalarında sosyal paylaşım sitelerine ait linklere yer verdiği, %56,92'sinin hareketli web sayfasına sahip olduğu ve %47,7'sinin de web sayfalarının İngilizce versiyonunu oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan hareketle halkla ilişkiler ajanslarının kendilerini tanıtmak için yararlandıkları web sayfalarının tasarımında kullanım kolaylığını, hedef kitlelerle etkileşimli iletişim kurabilmeyi, hareketli web sayfalarından yararlanarak dikkat çekmeyi ve küresel anlamda hizmet sunmayı öncelikli hedef olarak belirledikleri söylenebilir.

Halkla ilişkiler ajanslarının kendilerini hedef müşterilerine tanıtmak amacıyla web sayfalarında yer verdikleri içeriklere bakıldığında ise ajansların; **“Hakkımızda”** / **“Biz Kimiz”** / **“Kurumsal”** sekmeleri altında kuruluşlarından günümüze gelişimlerini, çalışma ilkelerini, sektörel deneyimlerini, yönetim ekiplerini, çalışanlarını, misyon ve vizyonlarını; **“Hizmetlerimiz”** / **“Uzmanlık Alanlarımız”** sekmeleri altında hizmet sundukları alanları (Halkla İlişkiler, Dijital Pazarlama, Sosyal Medya Yönetimi, Pazarlama İletişimi, Etkinlik Yönetimi, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Sponsorluk, Medya İlişkileri, İtibar Yönetimi, Kişisel PR, Konu / Sorun Yönetimi, Kurum içi İletişim, Marka Yönetimi vb.); **“Müşterilerimiz”** / **“İş ortaklarımız”** / **“Referanslarımız”** sekmeleri altında şu ana kadar halkla ilişkiler faaliyetlerini yürüttükleri kurum ve markaları; **“Ödüllerimiz”** / **“Güncel”** sekmesi altında ulusal ve uluslararası kuruluşlardan kazandıkları ödülleri, bu ödüllerin takdimine ilişkin kısa videoları ve ajansa ilişkin çeşitli gelişmeleri; **“Basın Odası”** / **“Bizden Haberler”** sekmeleri altında hazırlanan bültenleri ve iletişim araçlarında yayınlanmış olan örnek haberleri ve **“İK” (İnsan Kaynakları)** / **“İnsan Kıymetleri”** sekmeleri altında da ya başvuru formu ya da e-mail yoluyla iş başvurusu imkanlarını sundukları görülmüştür.

Özetle halkla ilişkiler ajanslarına ait web sayfalarının tasarım açısından kolay kullanım, dikkat çekme ve etkileşimli iletişime imkân sağladıkları; içerik açısından ise daha çok “yaptıklarımız yapacaklarımızın teminatıdır” algısını oluşturmaya çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler Ajansları, Web Sayfası, Tasarım, İçerik, Tanıtım

An Analysis on Web Pages of the Public Relations Agencies

ABSTRACT

In this study web pages of 65 of 77 public relations agencies located under the tab “Link-Local Links-Public Relations Organizations” take part on the web page of Turkey Public Relations Association evaluated in terms of web and page design and content as of the date of October 2020. Content analysis method, which is one of the qualitative research methods, was preferred as a method in the study.

While evaluating the page designs of the web pages of public relations agencies, a coding scheme was created. In the coding scale; The availability of an English version of the web page, site map, in-site search, update date, access to the main page from different pages and the presence of links to social networking sites were determined as criteria.

When the web pages of 65 public relations agencies whose web pages can be reached are evaluated according to design features; 95.38% of these agencies provide one-click access to the main page from different pages on their web pages, 86.15% have links to social networking sites on their web pages, 56.92% have mobile web pages and 47,7% have the English version of the web pages. Based on these results, it can be said that in the design of web pages that public relations agencies use to publicize themselves, they primarily aim at ease of use, communicating interactively with target groups, drawing attention by using mobile web pages and providing services in a global sense.

When looking at the content of public relations agencies on their web pages in order to publicize themselves to their target groups it can be seen that they present their development, working principles, sectoral experiences, management teams, employees, missions and visions under the "About Us"/"Who Are We"/"Corporate" tabs; their service areas (Public Relations, Digital Marketing, Social Media Management, Marketing Communication, Event Management, Corporate Social Responsibility, Sponsorship, Media Relations, Reputation Management, Personal PR, Subject / Issue Management, Corporate Communication, Brand Management etc.) under "Services / the Area of Expertise" tabs; the institutions and brands they have carried out their public relations activities until today under the "Our Customers" / "Our Business Partners" / "References" tabs; the awards they won from national and international organizations, their short videos about the presentation of these awards and various developments about the agency under the "Our Awards" / "Current" tab, journals and news published in media under the "Press Room" / "News From Us" tabs; and finally they offer job application opportunities under the "HR" (Human Resources) / "Human Values" tabs or through the application form or e-mail.

In summary, it was concluded that the web pages of public relations agencies are easy to use, attract attention and allow interactive communication in terms of design, and they try to create the perception that "what we do is the guarantee of what we will do" in terms of content.

Keywords: Public Relations Agencies, Web Page, Design, Content, Publicity

Müşteri İlişkileri Yönetimi Çalışmalarının Müşteri Satın Alma Niyeti ve Müşteri Devamlılığına Olan Etkisi

Asst. Prof. Dr. Nihat TAVŞAN

Piri Reis University
antavsan@pireis.edu.tr
Orcid: 0000-0001-7085-0893

Asst. Prof. Dr. Cem DURAN

Istinye University
cduran@istinye.edu.tr
Orcid: 0000-0001-5171-0270

ÖZET

Müşteri ilişkileri yönetimi, bir kurumun müşteri ilişkilerini örgütlü biçimde yönetmesine yardımcı olan metodolojiler ve yazılımların tamamı için kullanılan bir kavramdır. Müşteri ilişkileri yönetimi; tüketici araştırmaları, satış ve satış sonrası hizmetler de dahil olmak üzere bir şirketin müşterileriyle olan tüm etkileşimini yönetme süreci olarak tanımlanabilir. Müşteri ilişkileri yönetiminin amacı; yeni müşteri kazanımı, mevcut müşterilerin elde tutulması ve bu müşterilerle ilişkilerin geliştirilmesidir. Kurumun bu ilişkileri sağlıklı yürütebilmesi için müşterilerini birey bazında izlemesi ve birey bazında veri toplaması gerekir. Bu doğrultuda çeşitli içsel ve dışsal veri kaynaklarından müşteri ilişkileri veri tabanı beslenmekte ve güncellenmektedir. Elde edilen veri üzerinden gerçekleştirilen çözümler ışığında müşterilerin marka ile ilişkisinin devamlılığına yönelik; yeni ürün tanıtımları, müşterilerin ait olduğu segmentlere yönelik kampanyalar, kişiye özel teklifler, öneriler geliştirilmekte ve iletişimi yapılmaktadır. Bu çalışma ile müşteri ilişkileri yönetimi kapsamında markaların gerçekleştirdiği hangi aktivitelerin, müşterilerin satın alma niyeti ve müşteri devamlılığı üzerine etki ettiği araştırılmıştır. Araştırmada, kolayda örneklem yoluyla çevrimiçi perakende müşterilerinden elde edilen kullanılabilir durumda 104 anket üzerinden hareket edilmiştir. Çalışmada, kurumun hangi müşteri ilişkileri yönetimi çalışmalarının müşterilerin satın alma niyeti ve müşteri devamlılığı üzerine etki ettiği demografik değişkenlerle bağlantılı olarak analiz edilmiş, yorumlanmış; sonuç, tartışma ve öneriler oluşturulmuştur. Bu çalışma ile kurumların hangi aktivitelere ağırlık vererek müşterilerini elde tutma olasılıklarının artacağı ve müşteri satın alma niyeti doğuracağı açıklanmış, diğer taraftan hangi etkinliklerin müşteri devamlılığı ve müşteri satın alma niyeti üzerinde anlamlı etkiye sahip olmadığı ortaya konmuştur. Bu çalışma ışığında kurumlar müşteri ilişkileri yönetimi çalışmalarını sadeleştirebilir, süreçlerini yalınlaştırabilir ve kaynaklarını daha verimli kullanır hale gelebilirler.

Anahtar Kelimeler: Müşteri İlişkileri Yönetimi, Satın Alma Niyeti, Müşteri Devamlılığı

The Effect of Customer Relationship Management Efforts on Customer Purchase Intention and Customer Retention

ABSTRACT

Customer relationship management (CRM) is a concept that covers the methodologies and software, helping an organization to manage customer relationships in an organized manner. In general, the purpose of CRM is; customer acquisition, customer retention, and developing relationships with customers. Brands should monitor their customers and collect data on an individual basis to properly carry out the relationships. The customer relationships database is fed and updated from various internal and external data sources in this direction. Concerning the continuity of the relationship with customers, brands perform analysis on the data, and in the light of the analysis, new product promotions, campaigns for the segments, personalized offers, and suggestions are developed and communicated accordingly. This study has investigated which activities within the scope of customer relationship management carried out by brands affect customers' purchasing intention and customer retention. In the study, 104 questionnaires are used, which are obtained from online retail customers through convenience sampling. In the study, which customer relationship management efforts affect the purchasing intention and customer retention was analyzed and interpreted in relation to the demographic variables; conclusions, discussions, and suggestions were postulated. With this study, which activities would increase the

probability of retaining customers, and by focusing on which activities a brand would create the purchase intention is explained. On the other hand, which activities do not significantly affect customer retention, and customer purchase intention is revealed. In light of this work, organizations can simplify their CRM efforts, simplify their processes, and efficiently use their resources.

Keywords: Customer Relationship Management, Customer Purchase Intention, Customer Retention

2020 International CEO Communication, Economics, Organization & Social Sciences Congress

Dijital Pazarlamada Sosyal Medya Fenomenleri ile Tüketicilerin Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişki

Meltem KURT

Selcuk University
meltem.kurt27@gmail.com
Orcid: 0000-0002-6868-9399

ÖZET

Dijital çağ olarak adlandırılan günümüzde dijital platformların yaygınlaşması ile sosyal ağların kullanımında bir artış yaşanmaktadır. Sosyal ağ kullanımında ki artışla birlikte kişiler istedikleri kişilerle iletişime geçmeleri hızlanmış ve artmıştır. Bu iletişim ve etkileşim satın alma davranışının arz yönü olan üreticileri ve talep yönü olan tüketicileri de etkilemiştir. Üreticiler gelişen dijital ağ ile birlikte influencer marketing uygulamasına yöneldikleri görülmektedir. Tüketiciler ise bilgisine, deneyimine ve tavsiyelerine inandıkları kişilerle sosyal medya ortamında daha kolay iletişime geçebilmektedir. Oluşan bu etkileşime bağlı olarak sosyal medya ağlarında üretilen içeriklerin, video ve fotoğrafların mesaj kaynağı olarak bilinen sosyal medya fenomenlerinin marka ve kuruluşlar tarafından kurumsal imajı destekleyici bir faktör olarak gündeme gelmelerine neden olmuştur. Ayrıca karşılıklı içerik paylaşımı yapabilmeleri tüketici nezdinde fenomenleri tavsiyeleri dikkate alınan bir kanaat önderi pozisyonuna getirmiştir Bu çalışmada söz konusu sosyal medya fenomenleri ile tüketicilerin satın alma davranışı arasındaki ilişki incelenerek sosyal fenomenlerin tüketicileri nasıl etkilediği ve sosyal medya fenomenlerinin kaynak özelliklerine göre (güvenilirlik, dürüstlük, konusunda uzmanlık, cinsiyet, çekicilik gibi) faktörler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını tespit amacıyla yürütülmüştür. İstatistiksel analizler sonucunda kayda değer bir oranda sosyal medya fenomenlerinin tüketicilerin satın alma davranışına pozitif yönde bir ilişkiye sahip olduğu ve belirlenen faktörlerin sosyal medya fenomenlerinin takip edilmesinin yanı sıra satın alma davranışına pozitif yönde etki ettiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Pazarlama, Sosyal Medya, Sosyal Medya Fenomenleri

The Relationship Between Social Media Phenomena and Consumers' Purchasing Behavior in Digital Marketing

ABSTRACT

Nowadays, the so-called digital age, there is an increase in the use of social networks with the spread of digital platforms. With the increase in the use of social networks, the communication with the people they want has accelerated and expelled. This communication and interaction also affected the supply side of the purchasing behaviour and the consumer side. With the developing digital network, the producers are turning to influencer marketing. On the other hand, consumers can communicate more easily with people they believe in their knowledge, experience and recommendations in social media. As a result of this interaction, the social media phenomena known as the message source of the content, videos and photos produced in social media networks have been brought to the agenda by the brands and organizations as a supporting factor. Moreover, their ability to exchange content has brought the consumer to a position of opinion leader considering the recommendations of phenomena in this study. In this study, the relationship between these social media phenomena and the buying behaviour of consumers has been examined and how social phenomena affect consumers and the social media phenomena have factors such as sex, attractiveness). As a result of the statistical analysis, it was found that social media phenomena had a positive relationship with the purchasing behaviour of the consumers and that the determined factors had a positive effect on the purchasing behaviour as well as following the social media phenomena

Key words: Digital Marketing, Social Media, Social Media Phenomena

Kişilerarası İletişim Sürecinde Kendini Açma Davranışı ve Özsaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma

Dr. Ebru ÇİTİL

Izmir Metropolitan Municipality Public Relations Unit

ebr-76@hotmail.com

Orcid: 0000-0002-8281-9444

Assoc. Prof. Dr. Ayşen TEMEL EGİNLİ

Ege University

aysen.temel.eginli@ege.edu.tr

Orcid: 0000-0003-4830-4524

ÖZET

Kişilerarası iletişim sürecinde kişilerin birbirleri ile kurdukları iletişimin kalitesi, yaşam kalitesinin düzeyini de etkilemektedir. Kişi, diğer kişi ile ilk iletişim kurduğu andan itibaren onun hakkında bilgi edinmek ve kendinin kim olduğunu açıklama isteğindedir. Bu nedenle kişilerarası iletişimde kendini açma davranışı oldukça büyük önem taşımaktadır. Kişinin kendi hakkındaki bilgileri karşıdaki kişiye aktarması ya da paylaşması olarak ifade edilebilen kendini açma kavramı, kişilerin birbirlerini daha iyi tanıyabilmelerini ve anlayabilmelerini sağlamaktadır. Kendini açma davranışı ile kişilerarası iletişim, derinleşmekte ve süreklilik kazanmaktadır. Bu karşılıklılık durumunun ise, kişinin kendi hakkında düşündükleri ve hissettikleri ile ilgili olarak oluşan yeterlilik ve değerlilik düzeyini ifade eden özsaygıdan etkilendiği belirtilmektedir. Bu çalışmada kişilerarası iletişim sürecinde kendini açma davranışı ve özsaygı arasındaki ilişki Özsaygı envanteri ve Kendini açma envanteri kullanılarak gerçekleştirilen nicel araştırma yöntemi ile incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre ise kişilerin kendini açma düzeyleri ve özsaygı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kendini Açma, Özsaygı, Kişilerarası İletişim.

A Research on the Relationship Between Self-Disclosure Behavior and the Self Esteem Level in the Interpersonal Communication Process

ABSTRACT

The quality of communication that people establish with each other in their interpersonal communication process also affects the level of quality of life. From the moment of first communication, a person tries to get information about the other person and is in need of explaining himself. Therefore, self-disclosure behavior is essential in interpersonal communication. The concept of self-disclosure, which can be explained as the transfer of or sharing of information about themselves, enables people to know and understand each other better. With the self-disclosure behavior, interpersonal communication deepens and gains continuity. It is stated that this reciprocity situation is affected by self-esteem, which reveals the level of competence and worthiness that occurs in relation to what one holds and feels about himself. In this study, the relationship between self-disclosure behavior and self-esteem in the process of interpersonal communication was investigated using the quantitative research method using the self-esteem and self-disclosure inventory. According to the results of the research, a significant relationship between self-disclosure and self-esteem level has been found.

Keywords: Self-Disclosure, Self-esteem, Interpersonal Communication.

Temiz ve Güzel Yarınlar İçin: Yeşil Pazarlama

Asst. Prof. Dr. Vedat ULUSOY

Istanbul Aydın University
dr.vedatulusoy@gmail.com
Orcid: 0000-0002-1820-5536

ÖZET

Sanayi devriminin gerçekleşmesi ile birlikte artan doğal kaynakların kullanım hızı ve bu kullanımın hızının yarattığı olumsuz çevresel etkiler, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında devletlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve tüketicilerin kaygılarının artmasına neden olmuştur. Küresel büyüklükte işletmeler başta olmak üzere birçok işletme hem bu kaygıları gidermek hem de marka imajlarını güçlendirmek için sosyal pazarlama düşüncesi kapsamında, doğayı koruyan ve çevreye zarar vermemeyi ya da en az zarar vermeyi amaçlayan yeşil pazarlama düşüncesini benimsemişlerdir.

Tüketicilerin bilinç seviyelerinin artması sonucu; çevreye duyarlı, havayı daha az kirleten ve kullanımları sonrasında geri dönüşümü olan ürünler tercih edilmeye başlanılmıştır. Bu durumu fırsat olarak gören işletmeler çevreyi korumak, kâr oranlarını arttırmak, rekabet avantajı sağlamak ve marka imajlarını güçlendirmek için yeşil pazarlamaya yönelmişlerdir. İşletmeler, yeşil ürünler ile çevreye zarar vermeme ya da en az zarar vermeyi hedeflerler. Yeşil ürünlerin üretilip tüketilmesi ile sınırsız olmayan kaynakların ve doğanın korunmasına katkı sağlarlar. Yeşil pazarlamanın başarılı olması için işletmeler, ürettikleri yeşil ürünlerin insan ve çevreye sağladığı yararları, reklam ve tanıtımlarında tüketiciye dürüstçe (kanıtlanmamış söylemlerden uzak durarak) anlatarak, onları ikna etmelidir. Ayrıca işletmeler, yeşil pazarlamanın sadece kendileri için değil, başta çevre ve doğanın korunması olmak üzere tüm tüketiciler, toplumlar ve sürdürülebilir bir yaşam için gerekli olduğunu vurgulamalıdır. İşletmeler, gelecekte yaşanılabilir dünya için sivil toplum örgütleri ve devletler ile iş birliği yapmalıdır. Ayrıca tüketiciler yeşil ürün ve hizmetleri tercih etmeleri konusunda, ikna edilmeli ve “dünyanın bize atalarımızdan miras kalmadığı, bizim onu torunlarımızdan ödünç aldığımız” iyi anlatılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Pazarlama, Çevre, Yeşil Ürünler

For a Clean and Beautiful Tomorrow: Green Marketing

ABSTRACT

The increase in the utilization rate of natural resources with the industrial revolution as well as the negative environmental effects of this increase led to an increase in the concerns of governments, non-governmental organizations and consumers, especially in the second half of the 20th century. Within the scope of the social marketing concept, many businesses, especially the global ones, have adopted the green marketing idea that aims to protect the nature, to not harm the environment or to cause the least harm, for eliminating these concerns and strengthening the image of their brand.

As a result of the increase in the awareness of consumers businesses have started to prefer products that are environmentally friendly, cause lower levels of air pollution and can be recycled after use. Businesses that saw this as an opportunity have leaned towards green marketing to protect the environment, increase their profit, gain competitive advantage and strengthen the image of their brand. Businesses aim not to harm the environment or to cause the least harm with green products. Production and consumption of green products contribute to the protection of limited resources and the nature. For green marketing to be successful, businesses should convince consumers by honestly explaining to them (avoiding unproven discourses) the benefits of green products to humans and the environment, in their advertisements and promotions. In addition, businesses should emphasize that green marketing is not only necessary for themselves, but also for consumers, societies and for a sustainable life, especially for the protection of the environment and nature. Businesses should cooperate with non-governmental organizations and governments for a habitable world in the future. In addition, consumers should be persuaded to prefer green products and services and it should be well explained that “The world is not inherited from our ancestors, but we borrowed it from our grandchildren.”

Key Words: Green Marketing, Environment, Green Products

2020 International CEO Communication, Economics, Organization & Social Sciences Congress

Çocukların Ebeveynleri Üzerindeki Satın Aldırma Güçleri: Teknoloji Ürünleri Açısından Bir Değerlendirme

Asst. Prof. Dr. Vedat ULUSOY

Istanbul Aydin University
dr.vedatulusoy@gmail.com
Orcid: 0000-0002-1820-5536

ÖZET

Küreselleşme ve yaygınlaşan teknoloji, gelişen ve değişime ayak uydurmaya çalışan toplumları meydana getirmiştir. Toplumun en küçük birimi olan ailenin ve aile içerisindeki bireylerin, tutum ve davranışlarındaki değişimleri anlamak, pazarlama bilimi açısından çok önemlidir. Aile, yapısı itibari ile içerisinde bireyler arasında duygusal ilişkilerin yaşandığı en küçük toplum yapısıdır. Toplumun diğer sistemleri ile kıyaslandığında aile bireyleri sevgi, mutluluk, üzüntü gibi olayları birlikte yaşarlar. Ayrıca aile, sosyal ve açık bir sistem olması nedeniyle devamlı çevre ile etkileşim içerisinde olan bir yapıdır. Pazarlama bilimi açısından değerlendirildiğinde, aile zaman içerisinde satın alma kararları ve süreçlerinde değişiklik gösteren, en küçük fakat en önemli tüketici ve satın alma organizasyonudur. Aile bilgi taşıyıcı ve birincil dereceden bir danışma yapısı olarak, kişilerin satın alma davranışlarını etkiler. Bu satın alma davranışlarında, aile bireyleri etkileyebileceği gibi, bireyler de aileyi etkilemektedir.

Teknolojik imkanların artması ile birlikte çocuklar, aile içi satın alma kararlarında aktif ve etkili rol oynamaya başlamışlardır. İnternetin yardımıyla bilgiye daha kolay ulaşabilmesi, reklamlar yoluyla markalara çeşitli anlamlar yüklemesi, çocukların toplumun en küçük sosyal birimi olan ailedeki ebeveynlerini etkileme gücü sağlamıştır. Bu etkileme gücü, başta çocukların yaşı olmak üzere ailenin yapısına (modern ya da geleneksel) göre değişiklik göstermektedir. Günümüz bilişim çağına çocukları, teknolojik icat ve yenilikleri ailelerinden daha erken benimsemektedir. Çocuklar aile içerisinde eve alınacak teknolojik ürünler olan, akıllı telefonlar başta olmak üzere tablet, oyun konsolu ve bilgisayar alımlarında ebeveynlerinin satın alma davranışı üzerinde önemli etkiye sahip hale gelmişlerdir.

Anahtar Kelime: Satın Alma Davranışı, Teknoloji Ürünleri, Çocuklar

Children's Influence Over Their Parents in their Purchasing Decisions: An Assessment in Terms of Technology Products

ABSTRACT

Globalization and spreading technology have created societies that are developing and trying to adapt to change. It is important to understand the changes in the attitudes and behavior of families and family members. Family, by its structure, is the smallest social structure in which emotional relationships are experienced between individuals. Compared to other systems of society, family members experience events such as love, happiness and sadness together. In addition, the family is a social and open system that constantly interacts with the environment. In terms of marketing science, family is the smallest but most important consumer and purchasing organization that makes changes in purchasing decisions and processes over time. As an information carrier and a first-degree counselling structure, the family affects people's purchasing behavior. In this purchasing behavior, family members can affect the family as well as the family can affect family members.

With the increase in the technological opportunities, children have begun to play an active role in the families' purchasing decisions. Children have become able to influence their parents by being able to access information more easily with the help of the internet and to attribute various meanings to brands through advertisements. This influence varies according to the age of children and the structure of the family (modern or traditional). Children in today's information age adapt to technological inventions and innovations earlier than their parents. Children have become able to significantly affect their parents' behaviour when they are buying household technology products such as smart phones, tablets, game consoles and computers.

Key Words: Purchasing Behavior, Technology Products, Children

Bankacılık ve Sigortacılık Sektöründe Siber Riskler: Güncel Uygulamalar

Asst. Prof. Dr. İskender DEMİRBILEK

Marmara University
idemirbilek@marmara.edu.tr
Orcid: 0000-0001-5523-1736

PhD. Cand. Saim TAŞ

International Cyprus University
saim.tas1@outlook.com
Orcid: 0000-0002-7974-7937

ÖZET

Teknolojinin hızla ilerlediği, dijital dünyanın hâkim olduğu, zaman ve mekân kavramlarının iç içe girdiği günümüzde risk kavramı çeşitliliğini arttırmış ve mevcut geleneksel risklere yeni riskler eklenmeye başlanmıştır. Bankacılık sektörü de gelişen teknolojiyle müşterilerinin bütün işlemlerini internet tabanlı olarak hizmete sunmakta ve işlem bilgilerini bankaların internet tabanında saklanmaktadır. Büyük bilgi barından finans kuruluşlarında, gün geçtikçe, güvenlik ihtiyacı da artmaktadır. Geçmişten günümüze, bankacılık ve sigortacılık alanında, temel, özel, sosyal, fiziksel, ekonomik ve politik risklere ek olarak siber riskler de kişileri ve kurumları tehdit eder hale gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, Türk bankacılık ve sigortacılık sisteminin karşılaşılabileceği siber riskleri açıklamak ve bunlara karşı aldığı önlemleri ve güncel uygulamaları ele almaktır.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Sigortacılık, Dijitalleşme, Teknoloji, Siber Riskler.

Cyber Risks in Banking and Insurance Sector: Current Practices

ABSTRACT

In today's world where technology advances rapidly, digital world dominates, and time and space concepts are intertwined, the diversity of risk concept has increased and new risks have been added to existing traditional risks. With the developing technology, the banking sector has offered all transactions of its customers online and stored the transaction information in the online database of the banks. The need for security has increased day by day in financial institutions from the large information bar. In the fields of Banking and insurance, cyber risks have become a threat to individuals and institutions in addition to basic, private, social, physical, economic and political risks from past to present. In the present study, it was aimed to explain the cyber risks that the Turkish banking and insurance system may encounter and to discuss the measures taken to them and current practices.

Keywords: Banking, Insurance, Digitalization, Technology, Cyber Risks.

In Turkey; Tourism Sector After Covid 19 And Its Reflections On Sports Tourism

Asst. Prof. Dr. H. Neyir TEKELİ

Istanbul Kultur University

n.tekeli@iku.edu.tr

Orcid: 0000-0002-4627-2840

Assoc. Prof. Dr. Suna Mugan ERTUGRAL

Istanbul University

sertugral@yahoo.com

Orcid: 0000-0001- 9872-3941

ABSTRACT

In addition to providing foreign currency input to a country, the tourism sector is an important sector that provides a solution to the unemployment problem of that country. Tourism is characterized as an “invisible export” in terms of the “balance of payments” in the economies of countries. (Alagöz, Erdoğan, 2008: 2014-227). The tourism industry, which is the main instrument of the service sector, has a dynamic structure that can react positively or negatively to different situations that occur in terms of the size of demand. Activities or destinations that have a creative impact on income in the host countries, which are followed with interest on a global scale, provide a significant flow of visitors to the regions where they are performed, and make them unique, have a positive impact on income from the tourism sector; a number of unexpected and undesirable situations, such as terrorist attacks, political events and epidemics, also have negative consequences for the tourism sector, such as changing travel plans around the world, canceling reservations and closing borders to citizens of the country where the outbreak occurred. Epidemics, which are among the unpredictable situations, also reduce confidence in the destination where they occur (Cheti and Ünlüören, 2019: 109-110). As of December 2019, it is unclear when the effects of Covid-19 seen in the world will end, but there are several considerations that can occur in the tourism market in Turkey after Covid-19, hoping that the situation in Turkey will improve in a very short time.

First, it is obvious that there will be significant reductions in tourist numbers and tourism revenues. A decline in tourism and a decline in business for tourism enterprises can lead to a certain degree of economic shake-up. This can lead to negative situations such as losses, debts, bankruptcy and closure of small businesses. Partnerships and mergers may be involved in enterprises. The epidemic, which has deeply affected all areas of social life, economic life, and everyday practices of individuals, especially in the health sector, has also deeply affected all areas of sport. The audience followed the crowd kitlelerinc service businesses that provide all kinds of sports to professional sporting events, sporting products producing industries in the marketing chain of these products businesses, industry, sports tourism, sports and the sector producing public services with individuals who work at all levels of the organization/conducts any business that has suffered huge losses.

It is noted by experts that in recent years, sports tourism or sports-related types of tourism have developed very significantly around the world. Studies on sports tourism have shown that there are many different markets in this area. The most commonly used definition of sports tourism is "to travel for the purpose of sports (active sports tourism), to travel for the purpose of watching sports events (passive or sports tourism in the form of watching events) and to visit places that are famous and attractive in the field of sports". (İçöz; 2008.45)

Sports tourism is one of the most important instruments in terms of the future of tourism in Turkey. In addition to its immediate commercial benefits, each stage of Turkey's sports tourism contributes significantly to the country's image and promotion in the medium and long term. The long-term effects of sports tourism are positive and permanent. Due to the pandemic, MICE (meetings, incentive trips, congresses, exhibitions) sector has almost completely stopped all over the world. Consecutive sports organizations will make Istanbul and Turkey an ambitious destination for sports tourism. In Istanbul, Formula 1, Champions League in Istanbul, which will be held again in 2021, 2023 European Athletics Indoor Championships unfold as sports tourism activities, in particular Turkey and the world; we were distressed due to the pandemic during this period, the morale effect on the tourism sector will be much greater. In this study, the new coronavirus (COVID-19) was diagnosed in Vuhan, China (t.C. Ministry of Health Covid-19 guide, 2020) will try to determine the possible effects of the outbreak on tourism activities and bilhasa sports tourism in current and future periods.

Keywords: Tourism, Covid 19 and Tourism, Sports Tourism

Menkul Kıymetler Borsası Düzenlemeleri ve Girişimcilik

Asst. Prof. Dr. Duygu HİDİROĞLU

Mersin University

duyguh@mersin.edu.tr

Orcid: 0000-0003-2647-8750

ÖZET

Resmi akışlardan başka yabancı tasarruflara erişim imkânı ve özel sektörlere borçlar için bankalar arası transferlerde yerel sermaye piyasası yoluyla finansman temin etmede önemli bir yer tutmaktadır. Söz konusu hedeflere ulaşmak oldukça zordur. Bu yüzden günümüzde, gelişmekte olan piyasa şirketlerinin küçüklüğü ve nispeten şeffaf olmaması nedeniyle, banka kredilerinin tahvil ihracı üzerine tercih edilen fon biçimi olarak kalması muhtemeldir. Sermaye piyasası gelişimine yönelik bir yaklaşım muhtemelen, menkul kıymetleri düzenleme amaçlı yeni düzenleme formları ve Uluslararası Finansal Kuruluşların kurumsallaştırma ve kredi iyileştirmelerine yardımcı olmak için katılımı içeren bir yaklaşım olacaktır.

Sermayeyi artırmanın en etkin biçimlerinden biri olan yerel sermaye piyasası yoluyla finansman temini, ihtiyaç duyulan işletmeleri ve katkıda bulunmak isteyen bireysel yatırımcıları bir araya getiren ve finansmanı güvence altına alabilmek için çeşitli olanaklar sağlayan bir yöntemdir. Yerel sermaye piyasası, bir girişimci şirketine yatırım yaparken girişimciye çeşitli teşvikler sunmakta ve çok sayıda yatırımcıya küçük bir miktar hisse sahibi olma olanağı tanımaktadır. Bu yöntemle sermaye temini henüz tüm mevcut yatırımcılar için uygun olmasa da; girişim sermayesi veya menkul kıymetler borsası gibi geleneksel banka finansman alternatifleri arayan girişimler için uygun bir seçenek olabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Borsa Düzenlemeleri, Girişimcilik, Krediler, Risk Sermayesi, Tahviller

Stock Exchange Regulations and Entrepreneurship

ABSTRACT

Access to foreign savings other than official flows and interbank transfers for debt to private sectors play an important role in obtaining financing through the capital market. Achieving these goals is very difficult. Thus today, due to the small size and relatively transparency of emerging-market firms, bank loans are likely to remain the preferred form of funds over bond issuance. An approach to capital market development is likely to include new forms of regulation to regulate securities and a participatory approach to assist International Financial Institutions in structuring and credit improvements.

Providing financing through the local capital market, which is one of the most effective forms of capital increase, is a method that brings together businesses in need and individual investors who desire to contribute, and provides various opportunities to secure financing. The local capital market offers various incentives to the entrepreneur when investing in an entrepreneurial company and entrepreneurship facilities, and allows a large number of investors to own a small amount of shares. Although this method of raising capital is not yet suitable for all existing investors; it can be a viable option for enterprises looking for venture capital or traditional bank financing alternatives such as stock exchange bonds.

Keywords: Stock Exchange Regulations, Entrepreneurship, Credits, Venture Capital, Stock Exchange Bonds

Amiran Kurtkan Bilgeseven'in Bütüncü Yaklaşımı Üzerine Bir Değerlendirme

Sümeyye GEDİK

Kirikkale University
sumeyyegdk96@gmail.com
Orcid: 0000-0001-5512-2265

ÖZET

Her toplum, kendi yarattığı kültür ile bütünleşmiş bireyler talep eder. Bireyler ise, farklılıkları göz önünde bulunduran ve bu farklılıkların gelişmesi için imkân sağlayan bir toplumda yaşamak ister. Toplum, ancak bireylerin taleplerini yerine getirdiği müddetçe bütünleşebilir. Bireyler ise toplumun kendilerine sunduğu, kültür unsurlarını yıpratmadan kullandığı ve saygı duyduğu oranda içerde kalır. Tevhit inancını içeren din hem toplumu hem de bireyleri ortak bir paydada, her ikisini de tatmin ederek birleştirir. İnanç manevi bir tatmin ve toplumun değer ve normlarını düzenleyen bir kontrol aracıdır ve her din bu inanç sistemini taşımaz. Tevhit prensibi doğrultusunda inanmayan toplumlar mutlaka çözülmeye doğru gitmişlerdir. Bütünleşme ve çözülme toplumun en temel olgusu olup karşılıklı olarak birbirlerini etkiler. Toplumun sosyal yapısı çözülmeye ya da bütünleşmeye etki eden bir unsurdur. Bir toplum birlik (tevhit) anlayışını benimsemişse farklılıkları bir arada tutmayı ve bir bütün olmayı sağlayabilir. Fakat ayrılıkları yücelten hiçbir toplum ayakta kalamaz. Bütünlüğü sağlayan en temel gereksinim ise kültürdür. Kültür farklılıkların birleşmesinde bir köprüdür. Şahsiyet sahibi bireyler bu köprüyü ileri taşımanın yanı sıra katkıda bulunurlar. Şahsiyetin gelişmesi ise birlik anlayışını benimsemiş, tüm sosyal yapısında değer ve normları ile gösteren ferdiyetçi toplum yapısı ile mümkündür. Keza toplum, sosyal yapısı, kültürü, değer ve normları, içinde barındırdığı tüm maddi ve manevi unsurları ile bir bütündür. Bunlardan herhangi birinin yokluğunda geri kalan tüm yapılar da dağılır ve zamanla yok olur.

Anahtar Kelimeler: Bütüncü Yaklaşım, Sosyal Bütünleşme, Tevhit Anlayışı, Madde ve Mana Sistemleri, Nedensel Bütünlük

An Evaluation on the Holistic Approach of Amiran Kurtkan Bilgeseven

ABSTRACT

Every society demands individuals who are integrated with the culture it creates. Individuals, on the other hand, want to live in a society that considers differences and provides opportunities for the development of these differences. Society can only be integrated as long as individuals fulfill their demands. Individuals stay inside as long as the society offers them, uses and respects the cultural elements the without wearing them down. Religion, which includes the belief of tawhid, unites both society and individuals on a common denominator, satisfying both. Faith is a spiritual fulfillment and a means of control that regulates society's values and norms and not every religion carries this belief system. Societies that do not believe in line with the principle of tawhid have definitely gone towards dissolution. Societies that do not believe in line with the principle of tawhid have definitely gone towards dissolution. Integration and dissolution are the most fundamental phenomena of society and mutually affect each other. The social structure of society is a factor that affects dissolution or integration. If a society adopts the understanding of unity (tawhid), it can keep the differences together and be a whole. But no society that glorifies separation can survive. The most basic requirement that provides integrity is culture. Culture is a bridge for the convergence of differences. Individuals with personality contribute to this bridge as well as move it forward. The development of personality is possible with the individualist social structure that has adopted the understanding of unity and shows its values and norms in its entire social structure. Likewise, society is a whole with its social structure, culture, values and norms and all its material and spiritual elements. In the absence of any of these, all the remaining structures also dissolve and disappear over time.

Keywords: Holistic Approach, Social Integration, Understanding of Unity, Matter and Mana Systems Causal Integrity

Pandemi Sürecinde Dijitalleşme ve Muhasebe

Asst. Prof. Dr. Pınar Daloğlu

T.R. Istanbul Arel University

pinardaloglu@arel.edu.tr

Orcid: 0000-0002-1456-4603

ÖZET

Pandemi süreci ile birlikte birçok işletme faaliyet süreçlerinde değişikliğe gitmek zorunda kalmıştır. Bazı şirketler kısa süreli olarak faaliyetlerine ara vermiş, bazı şirketler ise üretime devam etseler de yönetim ve idari kadrolarına evden çalışma serbestliği tanımışlardır. İşletmeler değişen koşullara karşın, üretim süreçlerine devam etmeye hassasiyet göstermişlerdir. Bunun temelde iki nedeni bulunmaktadır. Birincisi her ne kadar üretim süreçleri sektöre uğrasa da tüketim devam etmektedir. Dolayısıyla piyasaya mal ve hizmet sunmaya devam etmek zorundadırlar. Bu bir yandan kamu yararını gözetmek, diğer yandan ise rekabet avantajını korumak amacı taşımaktadır. Bir diğeri ise mevcut varlık-kaynak dengelerini koruyabilmeleri sürekliliklerini sağlayabilmeleri adına önemlidir. Bu amaçla üretime devam eden işletmelerde ise sosyal mesafe kuralı zorunluluk haline gelmiş, çalışanların çalışma saatleri yeniden düzenlenmiştir. Böylece işletmeler standart üretim hacimlerini, daha az çalışan ile daha verimli biçimde devam ettirmenin yollarını aramaya başlamışlardır. Bunun en önemli yollarından birisi ise dijitalleşme olmuştur. İşletmeler tüm süreçlerinde dijitalleşmeye adaptasyonu hızlandırmışlardır. İşletme faaliyetlerinin sonuçlarını raporlayan ve kamu ile arada bağ işlevi gören muhasebe de, pandemi sürecinden etkilenen ve dijitalleşmeden nasibini alan birimlerden birisi olmuştur. Klasik muhasebe sürecinde işlemlerin belgeler vasıtasıyla kaydedildiği, kontrollerin de yine belge ve kayıt düzeninin fiziki incelemesine dayandığı bir süreç söz konusudur. Oysa ki sosyal mesafe veya evden çalışma, evraklara fiziksel erişimi güçleştirmiştir. Zaten halihazırda yeni ekonominin zorunluluğu haline gelmiş dijitalleşme, bu zorluğun üstesinden gelebilmeyi sağlamıştır. Hem muhasebe mesleği hem de muhasebe iş süreçleri dijitalleşme sayesinde uzaktan yapılabilir hale gelmiştir. Bu bağlamda Pandemi sürecinde muhasebe süreçlerinin işleyişindeki olası aksaklıklar ve bu aksaklıkları önleyebilmede dijitalleşmenin payı ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Covid 19, Pandemi, Muhasebe.

Digitalization and Accounting During the Pandemic

ABSTRACT

With the pandemic process, many businesses had to change their activity processes. Some companies have suspended their activities for a short time, and some companies have allowed their management and administrative staff to work from home, although they continue to produce. Businesses have shown sensitivity to continue their production processes despite changing conditions. There are basically two reasons for this. Firstly, although the production processes are interrupted, consumption continues. Therefore, they must continue to provide goods and services to the market. This aims to protect the public interest on the one hand and to protect the competitive advantage on the other. Another is that they can maintain their current asset-resource balance and ensure their continuity. For this purpose, the social distance rule has become a necessity in enterprises that continue production, and the working hours of the employees have been rearranged. Thus, enterprises have begun to look for ways to maintain their standard production volumes more efficiently with fewer employees. One of the most important ways of this has been digitalization. Businesses have accelerated the adaptation to digitalization in all their processes. Accounting, which reports the results of business activities and serves as a link with the public, has been one of the units affected by the pandemic process and has its share from digitalization. In the classical accounting process, there is a process in which transactions are recorded by means of documents and controls are based on physical examination of the document and record order. However, social distancing or working from home made physical access to documents difficult. Digitalization, which has already become a necessity of the new economy, has enabled it to overcome this challenge. Both the accounting profession and accounting business processes can be made remotely thanks to digitalization. In this context, possible malfunctions in the functioning of accounting processes during the pandemic process and the share of digitalization in preventing these malfunctions will be tried to be revealed.

Keywords: Covid 19, Pandemic, Accounting.

Çevre Teknolojileri ve Gelir Eşitsizliğinin Karbon Emisyonu Üzerindeki Etkisi: MIST Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir Analiz

Asst. Prof. Dr. Müge MANGA

Erzincan Binali Yıldırım University

mboga@erzincan.edu.tr

Orcid: 0000-0003-2675-2182

ÖZET

Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında önemli olduğu ifade edilen çevresel sorunların giderilmesi amacıyla ortaya konan politika önerilerinin başında çevrenin korunmasına yönelik teknolojilerin kullanılması ve gelir eşitsizliği ile ilgili olarak çeşitli düzenlemelerin yapılması gerektiği üzerine vurgu yapılmaktadır. Bu politika önerilerinin MIST ülkeleri (Meksika, Endonezya, Güney Kore ve Türkiye) için geçerliliğinin test edilmesi amacıyla mevcut çalışmada, çevre teknolojileri, gelir eşitsizliği ve ekonomik büyümenin karbon emisyonu üzerindeki etkisi 1992-2016 dönemi kapsamında analiz edilmektedir. Yapılan çalışmanın analiz kısmında, Panel ARDL yöntemi yardımıyla değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişki ele alınmaktadır. Elde edilen bulgulara göre, kısa dönemde değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki incelendiğinde ise çevre teknolojileri ve gelir eşitsizliğindeki artışın karbon emisyonunu azalttığını, ekonomik büyümedeki artışın ise arttırdığı yönünde bulguların elde edildiği görülmektedir. Gelir eşitsizliğindeki artışın uzun dönemde karbon emisyonunu azaltması gelir eşitsizliğine paralel olarak bu ülkelerde çevresel düzenlemelerin önem kazandığının bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Ayrıca elde edilen bulgulara göre, bahsi geçen ülkelerde çevresel korumanın sürdürülmesi amacıyla çevre teknolojilerinin desteklenmesi ve ekonomik büyümenin sağlanması sürecinde çevresel kaygıların göz ardı edilmemesi gerektiği önerilerinde bulunulabilir.

Anahtar Kelimeler: Çevre Teknolojisi, Ekonomik Büyüme, Gelir Eşitsizliği, Karbon Emisyonu

Impact of Environmental Technologies and Income Inequality on Carbon Emissions: An Empirical Analysis on MIST Countries

ABSTRACT

At the beginning of the policy recommendations put forward to eliminate environmental problems, which are stated to be important in ensuring sustainable development, it is emphasized that the use of technologies to protect the environment and that various regulations should be made regarding income inequality. MIST countries (Mexico, Indonesia, South Korea, and Turkey) of these policy proposals for the present study to test the validity, environmental technology, are analyzed within the scope of income inequality and its impact on the carbon emissions of economic growth in 1992-2016 period. In the analysis part of the study, the long and short-term relationship between variables is discussed with the Panel ARDL method's help. According to the findings, it is concluded that there is no relationship between the variables in the short term. In contrast, it is concluded that the increase in environmental technologies and income inequality in the long term decreases carbon emission while economic growth increases. The fact that the rise in income inequality reduces carbon emission in the long term can be interpreted as an indicator that environmental regulations gain importance in these countries in parallel with income inequality. Also, according to the findings, suggestions can be made that environmental concerns should not be ignored in supporting environmental technologies and ensuring economic growth in the mentioned countries to ensure environmental protection.

Keywords: Environmental Technology, Economic Growth, Income Inequality, Carbon Emission

Kurum Kültürünün Toplam Kalite Yönetimi Başarısına Etkisi

Lect. Tuğba ÇEDİKÇİ FENER

Istanbul Kultur University

t.cedikci@iku.edu.tr

Orcid: 0000-0002-0355-2949

ÖZET

Artan rekabet, hızla değişen pazar gereksinimleri, işletmelerin her ortamda rekabet edebilmelerinin birinci koşulunu, şirketin en önemli varlıkları olan insan kaynaklarının sürekli iyileştirme faaliyetlerine tam katılımını sağlayabilmesinden geçtiğini ortaya koymaktadır. Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamada gerekli olan unsurların elde edilmesi, bunların devamlılığının sağlanması ve işletme içerisinde uygulanması kurum kültürüne bağlıdır. Bir kurum içerisinde ideolojik, sosyolojik ve teknolojik kapsamlar taşıyan kültür kavramı, özellikle yaşamını sürekli kılmaya çalışan işletmeler tarafından en değerli ve en güçlü etkenler arasında yer almaktadır. Değişime uygun kurumsal kültür yapısı olmadan kurumda geliştirilen stratejiler ve yenilik çalışmaları başarıya ulaşmada zorluk çekmektedirler. Çünkü işletmeler yaşamlarını başarılı bir biçimde sürdürebilmek için politika ve eylemlerini de içeren sağlam inanç ve değerlere sahip olmalıdırlar. Toplam Kalite Yönetimi insan odaklı ve onların ihtiyaçları doğrultusunda gelişen modern ve evrensel bir yönetim süreci olarak işletmelerin varlıklarını sürdürmelerine olanak sağlayan, karlılık ve rekabet gücü unsurlarının belirli düzeyde gerçekleşmesine imkan tanıyan ve sürekli gelişimi temel alan bir yönetim felsefesi olarak karşımıza çıkar ve uygulanan işletmede başarılı olabilmesi mevcut işletmedeki kurum kültürünün değişime bakış açısı ile doğru orantılıdır. Bu çalışmada, işletmelerde genel olarak, toplam kalite yönetiminin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için kurum kültürü kavramının etkisi ortaya konmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Kalite, Kurum Kültürü

Impact of Corporate Culture on Total Quality Management Success

ABSTRACT

Increasing competition, rapidly changing Sunday requirements reveal the first condition for enterprises to compete in any environment, through the company's ability to ensure the full participation of its most important assets, human resources, in continuous improvement activities. Achieving the elements necessary to achieve sustainable competitive advantage, ensuring their continuity and implementation within the enterprise depends on the corporate culture. The concept of culture, which carries ideological, sociological and technological scopes within an institution, is among the most valuable and powerful factors, especially by businesses trying to make their life continuous. Without a corporate culture structure suitable for change, strategies and innovation studies developed in the institution have difficulty achieving success. Because businesses must have strong beliefs and values that include their policies and actions in order to successfully lead their lives. Total Quality Management, people-oriented and evolving as a management process enabling modern businesses to survive, according to their needs and the Universal, allowing you to occur a certain level of profitability and competitiveness based on the elements of a philosophy of management and continuous development is seen as existing and applied in the business corporate culture to be successful in business is directly proportional to the change of the angle of view. In this study, the effect of the concept of corporate culture will be tried to be determined in order to successfully implement Total Quality Management in enterprises in general.

Keywords: Culture, Quality, Corporate Culture

Türkiye'de İMKB İndeksi ve Döviz Kuru Arasındaki Dinamik İlişkinin İtakura Uzaklık Yöntemi ile Belirlenmesi

Assoc. Prof. Dr. Levent ÖZBEK
Ankara University, Department of Statistics
ozbek@science.ankara.edu.tr
Orcid: 0000-0003-1018-3114

Dr. Ümit KOÇ
TCMB
umit.koc@tcmb.gov.tr
Orcid: 0000-0002-1853-5156

ÖZET

Açık bir ekonomide finansal varlık fiyatları ile döviz kuru arasındaki ilişki oldukça karmaşık ve dinamik bir yapıyı içermektedir. Bu çerçevede yapılan çalışmalarda incelendiğinde örneğin hisse senedi fiyatları ile döviz kuru arasındaki ilişki bağlamında genel olarak serilerin düzey verisinin kullanılmadığı gözlemlenmektedir. Bunun nedenleri arasında serilerin durağan olmaması, seriler içinde yapısal kırılmaların olması sayılabilmektedir. Fark durağan hale getirilen serilerin kullanılması ise özellikle değişkenlerin düzeyleri arasında olan ilişkinin ve dolayısıyla bilginin kaybolmasına yol açmaktadır. Itakura uzaklığı iki zaman serisi arasındaki yapısal farklılığı ya da başka bir deyişle, uzaklığı hesaplama yöntemidir. Bu çalışmada Türkiye’de hisse senedi fiyatları (İMKB) ve döviz kuru (DOLAR) arasındaki kısa ve uzun dönem ilişkileri Itakura uzaklık ölçüsü ile araştırılmaktadır. Ayrıca diğer bazı uzaklık ölçüleri ile de karşılaştırılması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Döviz Kuru, Hisse senedi fiyatları, İtakura Uzaklık Ölçüsü

Determination of The Dynamic Relationship Between The ISE Index and The Exchange Rate Using Itakura Distance Method

ABSTRACT

In an open economy, the relationship between the prices of the financial assets and the exchange rate involves a highly complex and dynamic structure. According to the studies within this context, it is generally observed that the level data of the series are used in the estimations for revealing the relationship between stock prices and exchange rates. The reasons for not using level data may occur since firstly the series are not stationary and secondly there are structural breaks within the series. The use of difference stationary series may cause a loss of the relationship between the level data of the variables and thus the information that can be obtained via the level data. The Itakura distance is a method for identification of the structural differences or in another words the distance between two time series. In this study, the short and long term relationships between the stock prices in Turkey (ISE) and exchange rate (USD) are investigated by Itakura distance measure. It has also been compared with some other distance measures.

Keywords: Exchange Rate, Stock Prices, Itakura Distance Measure

Kırsal Kalkınmada Yeni Çözüm Arayışlarında Kooperatifleşme: İnegöl İncelemesi

Asst. Prof. Dr. Mustafa ÖZYÜCEL

Isparta University of Applied Sciences
Büyükütü Faculty of Applied Sciences
mustafaozyucel@isparta.edu.tr
Orcid: 0000-0002-5010-0603

ÖZET

Dünya coğrafyasında yer alan ülkeler ekonomik gelişmişliği sürdürebilmek için, üretim kapasitelerini arttırmaya yönelik çabalarda bulunurlar. Bu amaç doğrultusunda sermaye, teknoloji ve emek unsurları son derecede verimli kullanılmaya başlanır. Üretim faktörlerinin üretim aşamasında kullanılmasıyla ülkelerde belli bir büyüme aşaması ortaya çıkar. Meydana gelen büyüme sonucunda kalkınma safhasına oluşmaya başlar. Ülkede her alanda oluşan kalkınma faaliyetleri, etkisini ekonomik olarak daha çok hissettirmektedir. Ülkeler tarafından uygulamaya konulan kalkınma faaliyetlerinde bölgesel kalkınma ve kırsal kalkınma çalışmaları ön plana çıkmaktadır. Ülke içinde bölgesel dengesizliğin giderilmesinde bölgesel kalkınma çalışmalarından yararlanılırken, kaynakların ülke içinde her yere dağıtılmasında kırsal kalkınma faaliyetlerinden yararlanılmaktadır. Kırsal kalkınma faaliyetlerinde kırsal alanda yaşayan kişilerle şehirde yaşayan kişiler arasında yer alan ekonomik dengesizliğin giderilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda kırsal alanda yaşayan kişiler ekonomik yaşamda üretkenliğini sağlayabilmeleri için alternatif yollar bulmaya çalışmışlardır. Tek başına üretim yapmanın küreselleşen dünyada rekabetten uzak kalacağını düşünen üreticiler çeşitli kooperatif hareketlerini oluşturmuşlardır. Kooperatif oluşturma üzerine çalışan üreticiler, oluşturacakları kooperatiflerin daha güçlü olabilmesi için yanlarına paydaş bulma yoluna giderler. Kooperatifleşme hareketiyle birlikte yanlarına paydaşları da alan üreticiler tam rekabet piyasasında rekabet edebilir hale gelirler. Yapılan bu çalışmada kırsal kalkınma kavramından yola çıkarak, kırsal kalkınma kapsamında İnegöl ilçesinde yer alan kooperatiflerden bazıları incelenmiştir. İnceleme kapsamında İnegöl'de oluşan kooperatifleşmenin ilçedeki etkisi göç unsuru olarak ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kalkınma, Kırsal Kalkınma, Kooperatifçilik

Cooperatives in Seeking New Solutions in Rural Development: Inegol Study

ABSTRACT

Countries located in the world geography make efforts to increase their production capacity in order to maintain economic development. In line with this purpose, capital, technology and labor elements are started to be used extremely efficiently. A certain growth stage occurs in countries with the use of production factors in the production stage. As a result of the growth that occurs, it begins to form in the development phase. Development activities in every field in the country make their impact felt more economically. Regional development and rural development studies come to the fore in the development activities implemented by the countries. While regional development studies are used to eliminate the regional imbalance within the country, rural development activities are used in the distribution of resources to everywhere in the country. In rural development activities, it is aimed to eliminate the economic imbalance between people living in rural areas and people living in cities. In this context, people living in rural areas have tried to find alternative ways to ensure their productivity in economic life. Producers who think that making production alone will stay away from competition in the globalizing world have formed various cooperative movements. Producers who work on establishing cooperatives seek to find stakeholders for the cooperatives they will form to become stronger. With the cooperative movement, producers who take their stakeholders with them become competitive in the market of perfect competition. In this study, based on the concept of rural development, some of the cooperatives in İnegöl district within the scope of rural development have been examined. Within the scope of the investigation, the effect of the cooperatives in İnegöl in the district was considered as an immigration factor.

Key Words: Development, Rural Development, Co-Operative

Açık İnovasyon Uygulamaları Üzerine Bir Çalışma

MBA C. Ayşe Nur AYAS

Selcuk University

aysenurayasss@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1638-0541>

ÖZET

Günümüzde artan rekabet koşullarında işletmelerin devamlılığını sağlayabilmesi açısından inovasyona doğru bir yönelme durumu meydana gelmiştir. Bu rekabette üstünlük kazanmaya olanak sağlayan inovasyonun oluşumunda meydana gelen Ar-Ge birimlerinin maliyetlerindeki artış sebebi ile işletmeler maliyetleri azaltmak için yeni yaklaşımlar oluşturmaya ve farklılaşmaya yönelik yeni stratejilere yönelmektedir. Böylece işletmeler inovasyon çalışmalarında dışa yönelik iş birliği halinde olunması açık inovasyonun önemini artırmaktadır. Son zamanlarda uluslararası literatürde, açık inovasyon üzerine yapılan birçok araştırma sonucunda açık inovasyonun işletmeler bakımından birçok faydası bulunmaktadır. Açık inovasyon, Türkiye’de teorik bakımından yeni yeni gündeme gelen konulardan birisidir. Bu çerçevede açık inovasyon tanımı araştırılmakta ve Türkiye’de açık inovasyon modelini uygulamaya koyan işletmelerin başarıları konu edinmiştir. Böylece, günümüz rekabet şartlarında açık inovasyonun işletmeler bakımından kaçınılmasının mümkün olmadığı ve Türkiye’de faaliyet gösteren çoğu işletmenin açık inovasyon stratejisini kabullendiği anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Açık İnovasyon, Açık İnovasyon Uygulamaları

A Study on Open Innovation Practices

ABSTRACT

Nowadays, in order to ensure the continuity of enterprises in increasing competition conditions, a trend towards innovation has occurred. Due to the increase in the costs of the R&D units that occur in the formation of innovation that allows to gain an advantage in this competition, enterprises are turning to new approaches to reduce costs and to new strategies for differentiation. Thus, the external cooperation of enterprises in innovation studies increases the importance of open innovation. As a result of many researches on open innovation in the international literature recently, open innovation has many benefits for businesses. Open innovation is one of the new topics discussed new theoretical terms taken in Turkey. This study investigates the definition of open innovation and business success of implementing the open innovation model in Turkey has adopted subject. Thus, today's competitive conditions in the businesses in terms of open innovation is not possible to be avoided and Turkey to accept the strategy of open innovation is understood that most of the businesses operating.

Keywords: Innovation, Open Innovation, Open Innovation Practices

Şahindere Sargıyerinde Medfun Mülazım-I Sani Mustafa Efendi'nin Şehadeti ve 30. Piyade Alayı'nın Eylül Ayı Harekâtı

Assoc. Prof. Dr. Burhan SAYILIR

Anadolu University
burhansayilir@gmail.com
Orcid: 0000-0002-1991-123X

ÖZET

30. Piyade Alayı üç piyade taburundan oluşmaktaydı ve Sina Cephesi'nde Süveyş Kanalı harekâtından dönüşte 10. Tümen ile birlikte Edirne ve dolaylarında ordugâh eğitimi ile meşguldü. Alay'ın kuvveti, 53 subay, 3.319 er, 3.128 tüfek ve 403 hayvandan ibaretti. 10. Tümen komutanı Alman Albay Bruno von Trommer, Kurmay Başkanı Yüzbaşı Filibeli Rüştü, 28. Piyade Alay Komutanı Binbaşı Hunger/Hunker, 29. Piyade Alay Komutanı Binbaşı Abdulkadir, 30. Piyade Alay Komutanı Binbaşı Ahmet Rıza, Topçu Alay Komutanı Yarbay Ahmet Necati idi. Alay Çanakkale cephesine gitme emri alınca 1 Temmuz 1915'te Çanakkale'ye hareket etti. 20 Temmuz 1915'te 30. Alay Soğanlıdere'ye geldi ve istirahat geçti. Ardından Zığındere bölgesinde 33. Piyade Alayı ile değiştirildi. Zığındere'de İtilaf kuvvetlerinin oldukça güçlü şekilde tahkim ettikleri bölgede insanüstü gayretle çarpıştı. Eylül ayındaki çarpışmaları ciddi bir lağım muharebesi ve bomba atışlarının yaşandığı dönem olmuştur. 30. Alay'ın bombacı subaylarından Teğmeni Mustafa Efendi, çarpışmalar sırasında düşman siperlerine yeni bir bomba atmak isterken, bombanın elinde patlaması sonucu 18 Eylül 1915'te yaralandı. Ardından yaralı olarak getirildiği Şahindere Seyyar Hastanesi'nde şehit olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Mülazım-ı Sani Mustafa Efendi, 30. Piyade Alayı, Çanakkale Savaşı, Zığındere, Şahindere Sargıyeri Şehitliği

The Cemetery of Lieutenant Mustafa Efendi Entombed in Şahindere Field Hospital and September Operation of 30th Infantry Regiment

ABSTRACT

The 30th Infantry Regiment consisted of three infantry battalions and was busy with military camp training in Edirne and its vicinity on the return from the Suez Canal operation with the 10th Division on the Sinai Front. The force of the regiment consisted of 53 officers, 3,319 soldiers, 3,128 rifles and 403 animals. The 10th Division commander was German Colonel Bruno von Trommer, Chief of Staff was Captain Rüştü, 28th Infantry Regiment Commander was Major Hunger/Hunker, 29th Infantry Regiment Commander was Major Abdulkadir, 30th Infantry Regiment Commander was Major Ahmet Rıza, Artillery Regiment Commander was Lieutenant Colonel Ahmet Necati. When the regiment was ordered to go to Çanakkale front, it moved to Çanakkale on July 1, 1915. On July 20, 1915, the 30th Regiment came to Soğanlıdere and rested. It was later located in Zığındere instead of the 33rd Infantry Regiment. It clashed with ceaseless effort in Zığındere, where the Allied forces strengthened acutely. The collisions in September were a period of serious mine battles and bomb shots. Lieutenant Mustafa Efendi, one of the bomber officers of the 30th Regiment, was injured on September 18, 1915, as a result of the explosion of the bomb in his hand while trying to throw a new bomb on enemy trenches during the collisions. Then he was died in Şahindere Field Hospital, where he was brought wounded.

Keywords: Lieutenant Mustafa Efendi, 30th Infantry Regiment, Çanakkale War, Zığındere, Şahindere Field Hospital Cemetery

Üstün Performanslı Örgütlerin Yönetiminde Yeni EFQM Modeli 2020: Değişenler ve Değişmeyenler Üzerine Bir Değerlendirme

Asst. Prof. Dr. Özlem ATAN

Halic University

ozlematan@halic.edu.tr

Orcid: 0000-0002-9667-4573

ÖZET

EFQM 1988 yılında, Avrupa'nın önde gelen 14 firmasının CEO'larının imzaladıkları bir niyet mektubu ile hayata geçirilmiş bir vakıftır. EFQM dünya genelinde bireylerin ve kuruluşların öğrenme ve gelişimlerini destekleyen bir sivil toplum örgütüdür. EFQM Modeli, Avrupa Kalite Yönetimi Vakfı (European Foundation for Quality Management) tarafından sanayi sektörü yöneticileri ve akademisyenlerden oluşan bir grup ile geliştirilmiştir. 1991 yılında yayınlanmış ve tüm dünyaya duyurulmuştur. Bu model, tüm örgütleri kapsayarak Toplam Kalite Yönetimi ilkelerini temel alan entegre bir yönetim modeli çerçevesidir. EFQM Modeli ilk uygulanmaya başladığı 1991 yılından beri Avrupa genelinde ve dışında yer alan tüm örgütlerin iyileştirme ve yenileşim kültürü geliştirmelerinde yol gösterici olmuştur. EFQM Yönetim Modeli, örgütleri, sürdürülebilir değer yaratarak değişimi yönetme ve kurumsal performanslarını iyileştirme konusunda desteklemektedir. EFQM Modelinin 2020 versiyonu Kasım 2019'da yayınlanmıştır. Modelin 2020 versiyonu küresel eğilim ve değişimler doğrultusunda modern yönetim yaklaşımıyla yapılan güncellemeleri içermektedir. Bu çalışmada literatür araştırması, en iyi uygulama örneklerinin incelenmesi ve KalDer üyesi yöneticilerle derinlemesine mülakatlar yöntemiyle EFQM modelinin eski ve yeni versiyonları arasındaki değişen ve değişmeyen hususların açıklık kazanmasına ve yeni modelin örgütlerin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmasındaki artan rolünü vurgulamaya yönelik bir değerlendirmede bulunmak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: EFQM Modeli 2020, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı, Yenileşim Kültürü.

The New EFQM Model 2020 in Management of High Performance Organizations: An Evaluation on Changing and Unchanging Issues

ABSTRACT

EFQM is a foundation that was established in 1988 with a letter of intent signed by the CEOs of 14 leading European companies. EFQM is a non-governmental organization that supports the learning and development of individuals and organizations around the world. The EFQM model was developed by the European Foundation for Quality Management with a group of industrial sector managers and academicians. It was published in 1991 and announced to the world. This model is an integrated management model framework based on the principles of Total Quality Management, covering all organizations. Since its first implementation in 1991, the EFQM Model has been a guide for all organizations in Europe and abroad in developing a culture of improvement and innovation. EFQM Management Model supports organizations in managing change and improving their corporate performance by creating sustainable value. The 2020 version of the EFQM Model was published in November 2019. The 2020 version of the model includes updates made with a modern management approach in line with global trends and changes. In this study, it is aimed to clarify the changing and unchanging issues between the old and new versions of the EFQM model, and to emphasize the increasing role of the new model in gaining sustainable competitive advantage through the method of literature research, examination of best practice examples and in-depth interviews with KalDer member managers.

Keywords: EFQM Model 2020, Sustainable Competitive Advantage, Innovation Culture

Bir Neo-liberal Devlet Eleştirisi Olarak “I, Daniel Blake” Filminin Siyasal-Yönetimsel Analizi

Asst. Prof. Dr. Ahmet Bora TARHAN

Aydin Adnan Menderes University

bora.tarhan@adu.edu.tr

Orcid:0000-0002-5710-3241

ÖZET

Kültürel bir alan olan sinema, belirli bir toplumsal, ekonomik ve siyasal etkenler ağı içerisinde yer alması sebebiyle, kendi dönemini temsil eder. Bu konumlanma aynı zamanda sinemanın yapısını yani filmin iletişim kurma biçimini de etkiler. Filmler tasarlanmış temsili öğeler aracılığıyla bir takım tezler ileri sürer, belirli bir bakış açısını telkin ederler.

Ken Loach da filmleriyle içinde yaşadığı dönemin eşitsizlik ve toplumsal çelişkilerini ortaya koyan ekonomik ve politik sorunları birbirine bağlı bir şekilde ele alır. Özellikle son dönem filmlerinde, kendini güçlü bir şekilde hissettiren neo-liberal süreci, onun ekonomik ve sosyal sonuçlarını irdeler. 2016 yılının sonunda vizyona giren “I, Daniel Blake” de bu ekonomik sistemin yarattığı yeni devlet yönetimi içerisinde bireysel dayanışmayı esas alan ve bir karakter olarak Loach’un politik sinema örneklerinden birini oluşturmaktadır. Toplumsal yaşamın bir kaydı şeklinde ele alınan film, kapitalist ekonomik düzenin yarattığı eşitsizliği, bürokrasiye ve onunla iç içe geçmiş özel şirketlere karşı güçlü birey dayanışmasına rağmen çaresizliği öne çıkartmaktadır.

Bu çalışmada Ken Loach’un “I, Daniel Blake” adlı filminin siyasal tezleri, bir postmodern durum olarak post-endüstriyel topluma özgü sorunları temsil ettiği varsayımından hareketle incelenecektir. Bu doğrultuda, yeniden yapılanma süreci içerisindeki devlet ile vatandaş arasındaki sorunlar, teorik bir bağlamda ele alınacaktır. Filmde ifade edilen devletin yönetim biçimi “Reinventing Government” projesi dahilinde değerlendirilerek, vatandaş Blake’in savunusu da bu neoliberal yönetim biçimi eleştirisinin dışavurumu olarak yorumlanacaktır. Loach’ın kendine özgü anlatım biçimi de bir politik sinema örneği olarak değerlendirilecektir. Araştırmada esas olarak literatür taraması ile birlikte kitap, makale ve internet kaynaklarına yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Ken Loach, Daniel Blake, Neoliberalizm.

A Criticism of The Neo-liberal State: The Political and Administrative Analysis of “I, Daniel Blake”

ABSTRACT

Cinema, as a cultural domain, represents its own period because it is included in a certain network of social, economic and political factors. This positioning also affects the structure of the cinema, thus, the communication style of movies. They raise certain arguments and suggest a particular point of view through designed symbolic elements.

Ken Loach, in his films, tackles the economic and political problems that reveal the inequality and social contradictions of the period that he lived. Especially in his recent films, he examines the process in which neoliberalism became influential, and its economic and social consequences. “I, Daniel Blake” released at the end of 2016 is an example of political filmmaking of Loach as a character based on individual solidarity within the new state administration created by this economic system. The film is considered as a record of social life and highlights the inequality created by the capitalist economic order, despair despite strong individual solidarity against bureaucracy and its intertwined relationships with private companies.

In this study, the analysis of the political arguments of “I, Daniel Blake”, by Ken Loach, will be based on the assumption that it represents the problems specific to the post-industrial society as the Postmodern Condition. Accordingly, the problems between the state and citizens in the restructuring process will be discussed in a theoretical context. The government style of the state in the film will be evaluated within the scope of the “Reinventing Government” project, and the defense of Citizen Blake will be interpreted as the expression of the criticism of the neoliberal form of government. Loach’s idiosyncratic expression will be considered as an example of political filmmaking. This study reviews the literature including books, articles and Internet resources.

Keywords: Ken Loach, Daniel Blake, Neoliberalism

Kariyer Mentorluğu ve Çok Yönlü Kariyer: İlişki Ağı Kurma Davranışının Düzenleyici Etkisi

Asst. Prof. Dr. Emre Burak EKMEKÇİOĞLU

Ankara Yıldırım Beyazıt University
ebekmekcioglu@ybu.edu.tr
Orcid: 0000-0001-6344-9735

ÖZET

Günümüz dinamik iş ortamında çalışanlar geleneksel örgütsel kariyer geliştirme programları yerine kendi kariyer gelişimlerinde aktif rol oynayarak çok yönlü kariyer yaklaşımını tercih etmektedirler. Yöneticilerin kariyer mentorluğu çalışanların kendi kariyerlerini yönetmesini teşvik eden önemli bir faktördür. Çalışanların kariyer geliştirici mekanizmalarından biri olan ilişki ağı kurma davranışını kullanma derecesi, kariyer mentorluğu ve çok yönlü kariyer arasındaki ilişkiyi etkileyebilir. Buna göre, bu çalışmanın amacı yönetici kariyer mentorluğu ve çok yönlü kariyer arasındaki ilişkide ilişki ağı kurma davranışının düzenleyici rolünü incelemektir. Mevcut araştırmada kesitsel bir araştırma tasarımı gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri Ankara'da üretim sektöründe tam zamanlı çalışan toplam 351 katılımcıdan elde edilmiştir. Korelasyon ve regresyon analizleriyle değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Tahmin edildiği üzere yönetici kariyer mentorluğu çalışanların çok yönlü kariyer yönetimlerini anlamlı ve pozitif etkilemiştir. Bununla birlikte, kariyer mentorluğu ve çok yönlü kariyer ilişkisinde çalışanların ilişki ağı kurma davranışının anlamlı bir düzenleyici etkisi tespit edilmiştir. Bu çalışma çalışanların kendi kariyerlerini yönetmesinde kariyer mentorluğunun önemli bir öncül olduğunu ve bu ilişkide ilişki ağı kurma davranışının kilit önemini ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte bu çalışmanın teorik ve pratik katkıları ve sınırlılıkları tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kariyer Mentorluğu, Çok Yönlü Kariyer, İlişki Ağı Kurma Davranışı

Career Mentoring and Protean Career: The Moderating Effect of Networking Behavior

ABSTRACT

In dynamic business environment at present, employees prefer a protean career approach by acting an active role in their career development instead of traditional organizational career development programs. Career mentoring of supervisors is a significant factor that promotes employees to manage their own careers. The degree to which employees use networking behavior, one of the career enhancing mechanisms, can affect the relationship between career mentoring and protean career. Accordingly, the purpose of this study is to examine the moderating role of networking behavior in the relationship between supervisor career mentoring and protean career. A cross-sectional research design was used in present study. Research data were gathered from a total of 351 participants working full time in the manufacturing sector in Ankara. Relationships between variables were examined by correlation and regression analysis. As predicted, supervisor career mentoring had a significant and positive impact on the protean career management of employees. In addition, the significant moderating effect of networking behavior was found in the relationship between supervisor career mentoring and protean career among employees. This study revealed that career mentoring is a significant antecedent for employees to manage their own careers and the key importance of networking behavior in this relationship. Theoretical and practical contributions and limitations of this study were also discussed.

Keywords: Career Mentoring, Protean Career, Networking Behavior

Kişilik Özelliklerinin Hizmet Kalitesi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama

PhD. Cand. Murat ER

Sakarya University
murat14er@gmail.com
Orcid: 0000-0001-8945-1323

Assoc. Prof. Dr. Yusuf Volkan TOPUZ

Bolu Abant İzzet Baysal University
topuz_y@ibu.edu.tr
Orcid: 0000-0003-4005-2916

ÖZET

Bu araştırmada, kamu hastanesinden hizmet alan bireylerin bekledikleri ve algıladıkları hizmet karşılaştırması sonucu ortaya çıkan hizmet kalitesi ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Çalışmada bir kamu hastanesinden hizmet almış 18 yaşından büyük 403 kişiye 15.08.2019- 20.10.2019 tarihleri arasında anket uygulanmıştır. Ankette katılımcılara demografik bilgi içeren sorular yanında SERVQUAL hizmet kalitesi beklenti ve SERVQUAL hizmet kalitesi algı ölçeğini ve Beş Faktör Kişilik Ölçeği içeren ifadeler yöneltilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre hizmet kalitesinin beklenen ve algılanan düzeyleri arasındaki tüm alt boyut ve maddeler düzeyindeki farklar istatistiksel açıdan anlamlı olarak tespit edilmiştir. Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre kişilik özellikleri açısından duygusal ve dışadönük kişilerin hastane hizmetlerinde daha seçici oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların eğitim düzeyine göre hizmet kalitesinin anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Pazarlaması, Servqual Ölçeği, Kişilik Özellikleri.

A Research on the Effect of Personality Characteristics on Service Quality: An Application in Health Sector

ABSTRACT

In this study, it was aimed to measure the relationship between service quality and personality traits as a result of the comparison of the services expected and perceived by individuals receiving service from public hospitals. A questionnaire was conducted between 15.08.2019 - 20.10.2019 on 403 participants over the age of 18 who had received service from a public hospital affiliated to the Ministry of Health in the center of Bolu. In the study, a questionnaire including demographic information form, SERVQUAL service quality expectation form, SERVQUAL service quality perception form and Five Factor Personality Scale were applied to the participants. According to the research results, the differences in all sub-dimensions and elements between the expected and the perceived level of service quality were statistically significant. Based on the results of the regression analysis, it was concluded that emotional and extraverted individuals were more selective in terms of personality traits in hospital service. In addition, based on the demographic characteristics of the individual, it was found that the quality of service showed no significant differences in terms of variables other than the level of education.

Keywords: Service Marketing, Servqual Scale, Personality Traits.

Kariyer Seçiminde Sosyo-Bilişsel ve Manevi Yaklaşımlara Bütüncül Bakış

Asst. Prof. Dr. Özgür ÇARK

Bolu Vocational School, Management and Organization Department

ozgurcark@ibu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4881-0542

ÖZET

Bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, küreselleşme ve kuşaklar arası sosyokültürel mesafenin açılması gibi gelişmeler ile birlikte sosyoekonomik sahada yaşanan dönüşümden kariyer seçimi ve kariyer planlama davranışları da etkilenmektedir. Kariyerin çok yönlü bir kavram olması ve kariyer seçimini etkileyen içsel ve dışsal pek çok unsurun varlığı alan yazınına pek çok kariyer seçim kuramı ve sınıflandırması kazandırmıştır. Alan yazınında yer alan psikodinamik yaklaşımlar, özellik-faktör yaklaşımları, gelişimsel yaklaşımlar ve sosyo-bilişsel yaklaşımların yanı sıra son yıllarda kariyer seçiminde manevi yaklaşımlar öne çıkmakla birlikte bu sahada çalışmalar halen yeterli seviyeye ulaşmamıştır. Bu araştırmanın amacı kariyer seçimi ile ilgili çalışmalarda manevi yaklaşım ile sosyal bilişsel yaklaşım modellerini bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmektir. Bu maksatla araştırmada, betimsel araştırma yöntemi ile manevi yaklaşımlar ile 1990'lı yılların "Bilgi İşleme (Peterson vd., 1991)" ve Sosyal Bilişsel Kariyer (Lent vd., 1994) yaklaşımları bütüncül bir yaklaşımla incelenerek birlikte değerlendirilmiştir. Manevi yaklaşımlar çalışma hayatına; sadece sıradan, mecburi gündelik mesleki faaliyetlerini yerine getirmekten çok daha öte manevi ve derinlikli anlamlar yüklemektedir. Sosyal-bilişsel yaklaşımlar ise kariyer seçimini, bilgi toplama, bilgileri analiz etme, yorumlama, alternatifler arasında değerlendirme ve eylem planı ile planın uygulanması şeklinde sistematik olarak ele almaktadır. Araştırma sonucunda kariyer seçiminde manevi yaklaşımlar ile sosyal-bilişsel kariyer yaklaşımlarının optimal kariyer seçimi yapma konusunda birbirlerini tamamlayıcı özelliklere sahip olduğu değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kariyer Seçimi, Kariyer Karar Verme, Manevi Yaklaşım, Sosyal-Bilişsel Yaklaşım

A Holistic Perspective to Spiritual and Socio-Cognitive Approach in Career Choice

ABSTRACT

Career choice and career planning behaviors are also affected by the transformation in the socioeconomic field with developments such as developments in information communication technologies, globalization and the opening of socio-cultural distance between generations. The fact that career is a versatile concept and the existence of many internal and external factors that affect career choice have brought many career choice theories and classifications to the literature. In addition to psychodynamic approaches, feature-factor approaches, developmental approaches and socio-cognitive approaches in the literature, spiritual approaches are among career choice theories in recent years, but studies in this field have not reached a sufficient level. The aim of this study is to evaluate the spiritual approach and social cognitive approach models in career choice studies from a holistic perspective. In the study conducted with descriptive research technique, spiritual approaches, "Cognitive Information Processing (Peterson et al., 1991)" and Social Cognitive Career (Lent et al., 1994) approaches were examined and evaluated with a holistic approach. Spiritual approaches to working life; it imparts spiritual and profound meanings far beyond simply fulfilling ordinary, compulsory daily professional activities. Social-cognitive approaches systematically address career choice in the form of collecting information, analyzing and interpreting information, evaluating among alternatives and preparing an action plan and implementation of the plan. As a result of the research, it was evaluated that spiritual approaches and social-cognitive career approaches in career choice complement each other in making an optimal career choice.

Keywords: Career Selection, Career Decision, Spiritual Career Approach, Social Cognitive Approach

Banka Çalışanlarının Yaşadıkları İş-Aile Yaşam Çatışması ile Duygusal Emek Arasındaki İlişki

Asst. Prof. Dr. Ebru ERTÜRK

NEU Faculty of Applied Sciences

ebruerturk@erbakan.edu.tr

Orcid: 0000-0002-5256-2203

ÖZET

Bireyler, içerisinde yer aldıkları gruplarda farklı roller üstlenmektedirler. Aile içerisinde anne, baba, eş, evlat gibi rolleri üstlenirken aynı zamanda iş yaşamında çalışan, yönetici, patron gibi rollere sahip olabilmektedirler. Kimi zaman iş yaşamındaki parametrelerden kaynaklı baskılar neticesinde roller arasında çatışmalar yaşanabilmektedir. Özellikle de bankacılık, sağlık, turizm, eğitim gibi emeğin yoğun olduğu ve rekabetin ağır yaşandığı hizmet sektöründe, iş-aile yaşam alanı çatışmasının sıklıkla yaşandığı görülebilmektedir. Bu çatışmalar bireyin iş yaşamını ve özel yaşamını etkileyebilmektedir. Özellikle hizmet sektöründe çalışanlarda çalışanların duygularının yönetimi oldukça önemlidir. Hizmet kalitesi büyük oranda çalışanların örgütün kendisinden beklediği duyguları ne derece sergilediklerine bağlı olarak şekillenmektedir. Bu bağlamda duygusal emek kavramı gündeme gelmektedir. Bu çerçevede araştırmanın amacı, bankacılık işletmeleri çalışanlarının yaşadıkları iş-aile yaşam çatışmasının duygusal emek düzeyleri üzerindeki etkilerini belirlemektir. Araştırma Konya ilinin merkez ilçelerinde yer alan banka şubeleri ile sınırlı kalmıştır. Araştırmada veri toplama metodu olarak nicel araştırma yöntemlerinden kişisel görüşmeye dayalı anket metodu seçilmiştir. Veriler Ekim-Kasım 2019 tarihleri arasında toplanmıştır. Toplamda 243 anket doldurulmuş ancak analize alınan anket sayısı 219 olmuştur. Ankette, katılımcıların demografik bilgilerinin yer aldığı bir bölüm ve İş Aile Yaşam Çatışması Ölçeği (Netenmeyer, Boles ve McMurrian (1996) tarafından geliştirilmiş ve Efeoğlu (2006) tarafından dilimize uyarlanmış) ve Duygusal Emek Ölçeğinin (Diefendorff ve arkadaşları (2005) tarafından geliştirilmiş ve Basım ile Beğenirbaş (2012) tarafından dilimize uyarlanmış) ifadelerinin yer aldığı bölümler bulunmaktadır. Ölçeklerin analizlerine başlarken ilk olarak güvenilirliklerini test etmek için iç tutarlılık göstergesi olarak kabul edilen Cronbach's Alpha değerine bakılmıştır. Frekans dağılımı, doğrulayıcı faktör analizi ve regresyon analizleri uygulanmıştır.

Araştırma kapsamındaki banka çalışanlarının en çok, erkek (%56,9), 31-35 yaş aralığında (%31,1), evli (%71,3), lisans mezunu (%88,5), uzman yardımcısı (%32,5), 11-15 yıllık iş deneyimine sahip (%37,3), kamu bankasında çalışan (%77) kişilerden oluştuğu görülmektedir. İş-aile yaşam çatışması ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,806 ve Duygusal emek ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,788'dir. Bu değerler ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları şunlardır: İş-aile yaşam çatışması ölçeğini iki alt boyutun açıkladığı görülmektedir. Birinci alt boyut "İş-Aile Çatışması", ikinci alt boyut "Aile-İş Çatışması" adını almıştır. Boyutlarda yer alan faktör yüklerinin 0,573 ile 0,798 arasında değiştiği ve t değerlerinin anlamlı olduğu (>1,96) görülmektedir. Duygusal emek ölçeğinin üç alt boyutça açıklandığı görülmüştür. Birinci alt boyut "Yüzeysel Rol Yapma", ikinci alt boyut "Derinden Rol Yapma" ve üçüncü alt boyut "Doğal Duygular" dır. 3, 4. ve 5. ifadeler gerekli olan koşulları taşımadıklarından (0,50 düşük ve binişik olduklarından) ölçekten çıkarılmışlardır. 0,584 ile 0,889 arasında faktör yükleri değişmekte ve t değerleri (>1,96) anlamlıdır. Her iki ölçeğin de uyum indekslerinin kabul edilebilir uyum sınırı içerisinde değerlere sahip olduğu görülmektedir. Bu değerler tüm ölçeklerin istatistiksel olarak anlamlı ve geçerli olduğunun göstergesidir. Hipotezlerin testi için regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre: "**H_{1a}**: Banka çalışanlarının yaşadıkları iş-aile çatışması yüzeysel rol yapma düzeyini etkilemektedir." Hipotezi kabul edilmiştir (R=560; R²=314; F=31,262; p=,000). Aralarındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır (p<0,05). "**H_{1b}**: Banka çalışanlarının yaşadıkları iş-aile çatışması derinden rol yapma düzeyini etkilemektedir." Hipotezi kabul edilmiştir (R=663; R²=439; F=80,635; p=,000). Aralarındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır (p<0,05). "**H_{1c}**: Banka çalışanlarının yaşadıkları iş-aile çatışması doğal duygu düzeyini etkilemektedir." Hipotezi kabul edilmiştir (R=447; R²=200; F=17,087; p=,000). Aralarındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır (p<0,05). "**H_{1d}**: Banka çalışanlarının yaşadıkları aile-iş çatışması yüzeysel rol yapma düzeyini etkilemektedir." Hipotezi kabul edilmiştir (R=458; R²=210; F=27,344; p=,000). Aralarındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır (p<0,05). "**H_{1e}**: Banka çalışanlarının yaşadıkları aile-iş çatışması derinden rol yapma düzeyini etkilemektedir." Hipotezi kabul edilmiştir (R=429; R²=244; F=23,179; p=,000). Aralarındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır (p<0,05). "**H_{1f}**: Banka çalışanlarının yaşadıkları aile-iş çatışması doğal duygu düzeyini etkilemektedir." Hipotezi kabul edilmemiştir (R=147; R²=022; F=9,220; p=,000). "**H₁**: Banka çalışanlarının yaşadıkları iş-aile yaşam çatışması düzeyi duygusal emek düzeyini etkilemektedir." Hipotezi kabul edilmiştir (R=539; R²=285; F=23,179; p=,000). Aralarındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır (p<0,05).

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, İş-Aile Yaşam Çatışması, İş-Aile Çatışması, Aile-İş Çatışması, Banka Çalışanları

The Relationship Between Work-Family Life Conflict and Emotional Labor of Bank Employees

ABSTRACT

Individuals assume different roles in the groups they are in. While they assume roles such as mother, father, spouse, son in the family, they can also have roles such as employee, manager, boss in business life. Sometimes, conflicts may arise between roles as a result of pressures arising from parameters in business life. Especially in the service sector where labor is intense and competition is heavy such as banking, health, tourism and education, it can be seen that conflict between work and family life is frequently experienced. These conflicts can affect the individual's business and private life. It is very important to manage the emotions of employees, especially in the service sector. Service quality depends largely on the extent to which employees display the emotions that the organization expects from them. In this context, the concept of emotional labor comes to the fore. In this context, the purpose of the study is to determine the effects of work-family life conflict on emotional labor levels of banking employees. The research was limited to the bank branches located in the central districts of Konya. As the data collection method in the research, one of the quantitative research methods, the survey method based on personal interviews was chosen. Data were collected between October and November 2019. In total, 243 questionnaires were filled, but the number of questionnaires included in the analysis was 219. In the questionnaire, there is a section where the demographic information of the participants is included and the sections where the Work-Family Life Conflict Scale (It was developed by Netemeyer, Boles and McMurrian (1996) and adapted to our language by Efeoğlu (2006)) and Emotional Labor Scale (developed by Diefendorff et al. (2005) and adapted to our language by Basım and Begenirbaş (2012)) are expressed. When starting the analysis of the scales, Cronbach's Alpha value, which is accepted as an indicator of internal consistency, was examined in order to test their reliability. Frequency distribution, confirmatory factor analysis and regression analysis were applied.

Most of the bank employees within the scope of the study were male (56.9%), between the ages of 31-35 (31.1%), married (71.3%), undergraduate (88.5%), assistant experts (32%, 5), 11-15 years of work experience (37.3%), working in a public bank (77%). The Cronbach's Alpha value of the work-family life conflict scale is 0.806 and the Cronbach's Alpha value of the emotional labor scale is 0.788. These values show that the scales are reliable. The results of the confirmatory factor analysis are as follows: It is seen that two sub-dimensions explain the work-family life conflict scale. The first sub-dimension was named "Work-Family Conflict", the second sub-dimension "Family-Work Conflict". It is seen that the factor loads in the dimensions vary between 0.573 and 0.798 and the t values are significant (> 1.96). It was seen that the emotional labor scale was explained in three sub-dimensions. The first sub-dimension is "Superficial Role Playing", the second sub-dimension is "Deep Role Playing" and the third sub-dimension is "Natural Feelings". The 3rd, 4th and 5th statements were excluded from the scale because they did not meet the required conditions (they were 0.50 lower and overlapping). Factor loads vary between 0.584 and 0.889, and t values (> 1.96) are significant. It is seen that the fit indices of both scales have values within the acceptable fit limit. These values indicate that all scales are statistically significant and valid. Regression analysis was used to test the hypotheses. According to the analysis results: "H1a: Work-family conflict experienced by bank employees affects the level of superficial acting." This hypothesis was accepted ($R = 560$; $R^2 = 314$; $F = 31,262$; $p = ,000$). The relationship between them is statistically significant ($p < 0.05$). "H1b: The work-family conflict experienced by bank employees deeply affects the level of acting." This hypothesis was accepted ($R = 663$; $R^2 = 439$; $F = 80,635$; $p = ,000$). The relationship between them is statistically significant ($p < 0.05$). "H1c: The work-family conflict experienced by bank employees affects the natural emotion level." This hypothesis was accepted ($R = 447$; $R^2 = 200$; $F = 17,087$; $p = ,000$). The relationship between them is statistically significant ($p < 0.05$). "H1d: Family-work conflict experienced by bank employees affects the level of superficial acting." This hypothesis was accepted ($R = 458$; $R^2 = 210$; $F = 27,344$; $p = ,000$). The relationship between them is statistically significant ($p < 0.05$). "H1e: The family-work conflict experienced by bank employees deeply affects the level of acting." This hypothesis was accepted ($R = 429$; $R^2 = 244$; $F = 23,179$; $p = ,000$). The relationship between them is statistically significant ($p < 0.05$). "H1f: Family-work conflict experienced by bank employees affects the natural emotion level." This hypothesis was not accepted ($R = 147$; $R^2 = 022$; $F = 9,220$; $p = ,000$). "H1: The level of work-family life conflict experienced by bank employees affects their emotional labor level." This hypothesis was accepted ($R = 539$; $R^2 = 285$; $F = 23,179$; $p = ,000$). The relationship between them is statistically significant ($p < 0.05$).

Keywords: Emotional Labor, Work-Family Life Conflict, Work-Family Conflict, Family-Work Conflict, Bank Employees

Yapay Sinir Ağları İle Talep Tahmini: Otomobil Satışları İçin Ysa Uygulaması

Assoc. Prof. Dr. Gülşen AKMAN

Kocaeli University
akmang@kocaeli.edu.tr
Orcid: 0000-0002-5696-2423

Res. Asst. Ali İhsan BOYACI

Kocaeli University
ali.ihsan@kocaeli.edu.tr
Orcid: 0000-0002-6270-5618

Esat Bahadır ATAY

Kocaeli University
bahadr036@gmail.com
Orcid: 0000-0002-5696-2423

Ali Haydar SAYAR

Kocaeli University
alihaydarsyr@gmail.com
Orcid: 0000-00021-8173-7765

ÖZET

Talep, üretilen hizmet veya malı belirlenmiş fiyat düzeyinden tüketicilerin almaya razı oldukları miktardır. Talep Tahmini ise gelecekte ürün veya bir hizmet için oluşacak talebin hesaplanmasıdır. Bu çalışmada YSA yöntemi kullanılarak otomobil satışlarının öngörüsü yapılmıştır. Sinir Ağlarını oluşturmak için MATLAB R2020a programından yararlanılmıştır. Otomobil satışlarını etkileyen değişkenler belirlenirken makro göstergeler daha çok dikkate alınmıştır. Bu bağımsız değişkenler, ekonomik güven endeksi, gayri safi yurt içi hasıla, tüketici güven endeksi, döviz kuru fiyatları (dolar), reel kesim güven endeksi, sabit sermaye yatırım harcaması ve zamandır. Bağımlı değişken ise otomobil satışlarıdır. Bu çalışmada kullanılan veriler Ocak-2014 İle Mayıs-2020 yılları arasındaki aylık verilerdir. Çalışmada MAPE değeri %19,78 çıkmıştır ve doğru tahminler sınıfına girmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Sinir Ağları, Talep Tahmini, Otomobil Satışları

Demand Forecast With Artificial Neural Networks: Ann Application For Automobile Sales

ABSTRACT

Demand is the amount consumers are willing to buy at the determined price level of the service or goods produced. Demand Forecasting is the calculation of the demand that will occur in the future for a product or a service. In this study, the forecasting of automobile sales was made by using ANN method. MATLAB R2020a program was used to create Neural Networks. While determining the variables that affect automobile sales, macro indicators are mostly taken into consideration. These independent variables are economic confidence index, gross domestic product, consumer confidence index, exchange rate prices (dollar), real sector confidence index, fixed capital investment expenditure and time. Dependent variable is automobile sales. The data used in this study are monthly data between January-2014 and May-2020. In the study, the MAPE value was 19,78% and it is in the correct estimates class.

Keywords: Automobile Sales, Artificial Neural Networks, Demand Forecast

Dijital Dönüşümle Değişen Liderlik Anlayışı: Dijital Liderlik Üzerine Bir Değerlendirme

Asst. Prof. Dr. Leyla İÇERLİ

Aksaray University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
leylaicerli@aksaray.edu.tr
Orcid: 0000-0001-7538-0165

ÖZET

Günümüzde dinamik bir yapıda olan iş dünyasında işletmeler, yaşanan teknolojik gelişmelerle beraber iş yaşamında dijitalleşmeye yani dijital dönüşüm sürecine uyum sağlama çabası içerisinde hayatta kalma mücadelesini sürdürmektedirler. Dijital dönüşüm, işletmeleri; üretim, iletişim, lojistik, insan kaynakları yönetimi uygulamaları, iş süreçleri ve stratejileri, örgüt yapılarının yeniden tasarımı açısından oldukça fazla etkilemektedir. Dijital teknolojilerle başlayan dijitalleşme ve hızla ilerleyen dijital dönüşüm süreci eski iş modelleri yerine yeni iş modellerinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla bu zorlu sürecin üst yönetim liderleri tarafından stratejik açıdan yönetilmesi gerekmektedir. Dijital dönüşüm adı verilen bu dönemde geleneksel liderlik anlayışının yerine dijital çağın gereklerine uygun liderlik anlayışına geçilmesi kaçınılmaz görünmektedir. Dijital dönüşüm sürecinde dijital liderlerin bazı yetkinliklere sahip olmaları ve yeni iş modellerine uygun stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla işletmeler açısından dijital dönüşüm sadece dijital teknolojinin işletmelere adapte edilmesi değil aynı zamanda liderin dijital açıdan stratejik kararlarını da içermektedir. Bu açıdan günümüzde hızlı bir şekilde değişen ve gelişen şartları ve dijital dönüşüm sürecini etkin bir şekilde yönetebilecek dijital liderlere ihtiyacın da arttığı görülmektedir.

Çalışmada uluslararası literatürde yer alan ancak ulusal literatürde az sayıda çalışmaya konu olan “Dijital Liderlik” konusunun kavramsal olarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın teorik açıdan ulusal literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmada dijital dönüşüm sürecinin işletmeler açısından önemine vurgu yapılarak dijital liderlik kavramı, dijital liderlerin karakteristik özellikleri ve üst yönetim liderlerinde geliştirilmesi gereken yetenekler ve yetkinlikler üzerinde durularak bu konuda genel bir değerlendirme yapılması planlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Dönüşüm, Liderlik, Dijital Liderlik

The Leadership Approach Changed with Digital Transformation: An Evaluation on Digital Leadership

ABSTRACT

In today's dynamic business world and with the technological developments, businesses continue to digitalize in business life; in other words, they continue their struggle to survive in an effort to adapt to the digital transformation process. Digital transformation affects businesses a lot in terms of production, communication, logistics, human resources management practices, business processes and strategies, and redesign of organizational structures. Digitalization that started with digital technologies and the rapidly advancing digital transformation process lead to the emergence of new business models instead of old business models. Therefore, this challenging process needs to be strategically managed by top management leaders. In this period, which is called digital transformation, it seems inevitable to switch to a leadership approach in accordance with the requirements of the digital age instead

of traditional leadership approach. In the digital transformation process, digital leaders need to have some competencies and develop strategies suitable for new business models. That's why, for businesses, digital transformation includes not only the adaptation of digital technology to businesses, but also the strategic decisions of the leader in digital terms. In this respect, it is seen that the need for digital leaders who can effectively manage the rapidly changing and developing conditions and digital transformation process is increasing.

The aim of the study is to examine the “Digital Leadership” issue conceptually, which is included in the international literature but has been the subject of a small number of studies in the national literature. In line with this purpose, it is thought that the study will contribute to the national literature theoretically. Emphasizing the importance of the digital transformation process for businesses, it is planned to make a general evaluation by focusing on the concept of digital leadership, the characteristics of digital leaders and the skills and competencies that need to be developed in top management leaders.

Keywords: Digital Transformation, Leadership, Digital Leadership

Türkiye’de Organik Su Ürünleri Üretimi ve Uygulama Alanları

Asst. Prof. Dr. Kurtuluş MERDAN

Gumushane University, Vocational School of Social Sciences

kurtulus_m@mail.com

ORCID NO: 0000-0002-4513-0920

ÖZET

Son yıllarda organik tarım uygulamaları gelişim göstermiş, farklı kollara ayrılmış ve bunun sonucunda tarımsal üretimin bir kolu olan organik su ürünleri doğmuştur. Organik su ürünleri kriterleri, diğer hayvancılık faaliyetlerinden farklı olarak organik tarım prensipleri göz önünde bulundurularak oluşturulmuş ve uygulanmıştır. Organik su ürünleri yetiştiriciliği konusundaki çalışmalar Avrupa’da bile 1990 yılların ortalarına doğru başlamıştır. Ekvator’da karides, Avustralya’da kum midyesi ve kara midye, Almanya ve Hollanda’da salmon organik kriterlere uygun şekilde üretilmekte ve büyük marketlerden küçük pazarlara kadar geniş yelpazede tüketicilere sunulmaktadır. Türkiye ise organik ürün üretimi ve dış ticareti açısından dünya ülkeleri arasında önemli bir yere sahip olmasına rağmen, organik balık yetiştiriciliği ve pazarlanması konusunda henüz bir gelişme kaydedememiştir. Türkiye’de organik balık yetiştiriciliğinin yapılabilmesi için geleneksel balık üretim metotları yerine organik balık üretim metotlarının kullanılması gerekmektedir.

Bu çalışmada Türkiye’de organik su ürünleri üretimi ve uygulama alanları ele alınmıştır. Türkiye’de organik balıkçılık konusunda altyapı sorunlarının bulunduğu, konu hakkında yapılan araştırma ve çalışmaların yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan hareketle organik su ürünleri hakkında detaylı bilimsel araştırmaların yapılması, organik su ürünleri standardının oluşturulması ve organik ürünler hakkında üreticinin tüketiciyi bilgilendirmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Organik Balıkçılık, Su Ürünleri, Türkiye

Organic Aquaculture Production And Application Areas In Turkey

ABSTRACT

In recent years, organic agriculture applications have made progress and divided into different branches, as a result of which organic aquaculture production as a branch of agricultural production has developed. The criteria for organic aquaculture production has been created and applied differently from other animal husbandry activities by considering the principles of organic agriculture.

Studies on organic aquaculture production started as late as in mid-1990s even in Europe. Shrimp in Ecuador, sand mussel and barnacle in Australia, and salmon in Germany and the Netherlands are being produced in line with organic criteria, and they are offered to the consumers in a wide range from big markets to small markets. As for Turkey, although it has an important place among the countries in the world in terms of organic agricultural production and relevant foreign trade, no significant development has been achieved in organic aquaculture and marketing. In order to develop organic aquaculture production in Turkey, it is necessary to use organic aquaculture methods instead of traditional fishery production.

In the study, organic aquaculture production and application areas in Turkey were discussed. It was determined that there were infrastructure problems regarding organic aquaculture, and that the research and studies conducted on this issue were inadequate. Based on these results, it is important that detailed research on organic aquaculture production should be done, the standards for organic aquaculture production should be determined, and producers should inform the consumers about organic products.

Keywords: Organic Fisheries, Aquaculture, Turkey

Covid-19 Aşı Çalışmalarının Altın Fiyatlarına Etkisinin Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi

Asst. Prof. Dr. Çağrı HAMURCU

Aksaray University

cagri.hamurcu@gmail.com

Orcid: 0000-0002-3248-6733

ÖZET

Bu çalışmada Covid-19 Faz 3 aşı çalışmalarına ait olumlu sonuçların altın fiyatları üzerinde herhangi bir etki yaratıp yaratmadığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Ayrıca araştırmada, değişkenler arasındaki ilişki getiri ve volatilité açısından incelenmiştir. Bu amaçla EGARCH modeli kurularak analiz çalışması yapılmıştır. Değişkenler arasındaki etkileşimi gözlemleyebilmek amacıyla Amerikan Dolar Endeksi (DXY) bağımsız değişken olarak kurulan modele dahil edilmiştir. Modelde, Covid-19 yayılımının pandemi olarak tanımlandığı 11.03.2020 tarihinden başlayan günlük altın fiyatları ve Amerikan Dolar Endeksi değerleri kullanılmıştır. Aşı çalışmalarına ait sonuçların başarılı olduğu yönündeki ilk açıklamanın yapıldığı 09.11.2020 tarihi referans tarih olarak kabul edilmiştir. Bu tarih ve sonrasındaki günlerin getirilerinin öncesindeki dönem ile farklılığını modelleyebilmek üzere sahte bir değişken tanımlanarak modele ilave edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen ortalama denkleme göre, Covid-19 faz 3 aşı çalışmaları ile altın ve Amerikan Dolar Endeksi getirileri arasındaki ilişkinin negatif yönde olduğu tespit edilmiştir. Covid-19 faz 3 aşı çalışmalarının altın fiyatlarındaki volatilitéde artışa neden olduğu analiz sonucu ulaşılan varyans denkleminde elde edilen bir diğer bulgudur. Pandeminin finansal piyasalarda belirsizlik yaratmış olabileceği, yatırımcıların belirsizlikten kaçma eğilimi etkisi ile daha az riskli olarak değerlendirilen altını tercih etmiş olabileceği, başarılı aşı çalışmalarının piyasalardaki belirsizliği azaltarak yatırımcıların daha riskli yatırımları tercih etmelerine olanak sağlayabileceği, bu durumun yatırımcıların daha önce satın aldıkları altınları ellerinden çıkarmalarına neden olarak fiyatlarda düşüşe ve volatilitéde yükselmeye neden olmuş olabileceği elde edilen bulgulardan çıkarılabilecek sonuçlar arasında düşünülmektedir. Çalışma sonuçlarının değişkenler arasındaki ilişkileri modellemesi ve yatırımcıların rasyonel olmayan davranışlarının anlaşılabilmesine olanak sağlayabilme potansiyeli açısından literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal Finans, Altın, EGARCH, Covid-19, Aşı

Investigation of the Effect of Covid-19 Vaccine Studies on Gold Prices in Terms of Behavioral Finance

ABSTRACT

In this study, it is tried to reveal whether the positive results of the Covid-19 Phase 3 vaccine studies have any effect on gold prices. In addition to that, the relationship between variables is examined in terms of return and volatility in this research. For this purpose, the EGARCH model is established and analysis studies are conducted. In order to observe the interaction between variables, the American Dollar Index (DXY) is included in the model established as an independent variable. Daily gold prices and American Dollar Index values starting from 11.03.2020, when Covid-19 spread is defined as a pandemic, are used in the model. The date 09.11.2020, when the first announcement is made that the results of vaccination studies are successful, is accepted as the reference date. In order to model the difference between the returns of the days after this date and before, a dummy variable is defined and added to the model. According to the mean equation obtained as a result of the analysis, it is determined that the relationship between Covid-19 phase 3 vaccine studies and the return rates of gold and US Dollar Index are negative. Another finding obtained from the variance equation obtained as a result of the analysis that Covid-19 phase 3 vaccine studies causes an increase in volatility in gold prices. According to these findings it could be thought that, the pandemic might create uncertainty in the financial markets, with the effect of the tendency to ambiguity aversion investors could prefer gold considering as less risky, successful vaccination studies might reduce the uncertainty in the markets and allow investors to prefer more risky investments, and this situation could cause decreases in prices and increases in volatility by disposing of their gold. It is considered that the results of the study could contribute to the literature in terms of its potential to model the relationships between variables and to understand the irrational behavior of investors.

Keywords: Behavioral finance, Gold, EGARCH, Covid-19, Vaccine

Paternalist Liderliğin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Fabrika Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Meryem Derya YEŞİLTAS

Osmaniye Korkut Ata University

deryayesiltas@osmaniye.edu.tr

Orcid: 0000-0001-5067-4538

PhD. Cand. Rabia Sultan KURŞUNCU

Osmaniye Korkut Ata University

rabianurhalis@gmail.com

Orcid: 0000-0002-9430-3381

ÖZET

Son zamanlarda yapılan araştırmalar, liderin çalışanın hem iş hem de gündelik hayatını büyük ölçüde etkilediğini, iş ve özel hayatı arasında denge kurmasında, refahını ve mutluluğunu arttırmasında büyük rol oynadığını; iş ve özel hayatında denge kurabilen çalışanların örgüte daha fazla bağlılık gösterdiğini belirtmektedir (Greenhaus vd., 2003: 170; Fisher, 2010: 390; Morrow, 2011: 810). Paternalist liderliğin kültürel özelliği nedeniyle yaygın olduğu ülkelerden biri de Türkiye'dir (Aycan vd., 2000; Aycan, 2006). Paternalist liderler astlarını kollamakta onları yönlendirirken iyiliğine olacağını düşündüğü kararları vermektedir. Astlardan beklenen ise liderlerine itaat gösterilmesi ve sadakatini sürdürmesidir (Aycan vd., 2000; 31). Bu çalışma, örgütsel bağlılık ve paternalist liderlik arasındaki ilişkiyi fabrika çalışanları yönünden inceleyerek, önemini vurgulamayı amaçlamaktadır. Araştırmada kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Kahramanmaraş ilindeki bir fabrikanın 214 çalışanından 15 Ocak- 15 Şubat 2019 tarihleri arasında anket yolu ile veri toplanmıştır. Araştırmada verilerin analizinde kişisel faktör analizi, güvenilirlik analizi, korelasyon analizi ve basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Analizler, paternalist liderliğin örgütsel bağlılığın alt boyutları ile pozitif yönlü ilişkili olduğunu göstermektedir. Paternalist liderliğin, duygusal bağlılık ($\beta=0,623$; $p=0,00$), normatif bağlılık ($\beta=0,783$; $p=0,00$) ve devam bağlılık ($\beta=0,239$; $p=0,00$) alt boyutlarını pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği belirlenmiştir. Paternalist liderliğin en yüksek normatif bağlılık ve duygusal bağlılık alt boyutlarını etkilediği dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Paternalist liderlik, örgütsel bağlılık, duygusal bağlılık, fabrika çalışanları

Influence of Paternalistic Leadership on Organizational Commitment:

A Research on Factory Employees

ABSTRACT

Recent research shows that leaders significantly affect both the work and private lives of their employees. Leaders play a major role in balancing the work and private lives and increasing their well-being and happiness of their employees. These researches indicate that employees who can balance between their work and private life, are more committed to the organization. (Greenhaus et al., 2003: 170; Fisher, 2010: 390; Morrow, 2011: 810.) Because of the cultural characteristics, Turkey is one of the countries where paternalistic leadership is widespread (Aycan et al., 2000; Aycan, 2006). Paternalistic leaders support their employees and make decisions by considering their well-being while directing them. Paternalistic leaders expect employees to obey and display loyalty (Aycan et al., 2000; 31). This study aims to emphasize importance of relationship between organizational commitment and paternalistic leadership by examining the relationship from factory employees' perspective. In the research, convenience sampling method was used. The data collected through a survey from 214 employees of a factory in Kahramanmaraş between 15th January and 15th February 2019. In the research, exploratory factor analysis (EFA), reliability analysis, correlation analysis and simple linear regression analysis were used. Analyses show that paternalistic leadership is positively related to the subdimensions of organizational commitment. It has been determined that paternalistic leadership positively affects affective commitment dimension ($\beta=0,623$; $p=0,00$), normative commitment dimension ($\beta=0,783$; $p=0,00$), and continuation commitment dimension ($\beta=0,239$; $p=0,00$). The results takes attention that paternalistic leadership has the highest effect on affective commitment and normative commitment dimensions.

Keywords: Paternalistic leadership, Organizational Commitment, Emotional commitment, Factory Employees

Relationship Marketing Strategies Applied in Maritime Logistics Industry

Res. Asst. Resul TEPE

Dokuz Eylul University

resul.tepe@deu.edu.tr

Orcid: 0000-0001-6299-3309

ABSTRACT

The strategic competitive advantage is not completely dependent on the basic features of the product or service with the effect of developing technology and globalization. In the current business environment "relationship" with the customer has gained importance. Corporate profitability has been linked to satisfying and maintaining a close relationship with existing customers. Research shows that it is more profitable to increase customer profitability by developing long-term relationships with existing customers than to acquire new ones. In service industries such as the maritime logistics industry, where the main product is the shipping service, the relationship quality between the parties provides a competitive advantage to businesses as a difference that is difficult to imitate by other competitors. Therefore, maritime logistics actors should invest in relationship marketing strategies in order to survive in the current competitive environment and gain competitive advantage.

This study, which is based on the relationship between the main actors of the maritime logistics industry, shipping line, freight forwarder and shipper, aims to determine the dimensions of the relationship marketing strategies for the maritime logistics industry. For this purpose, the relationship marketing literature was reviewed and the dimensions of relationship marketing strategies for the maritime logistics industry were determined. Then, the relationship marketing practices used by maritime logistics actors in the light of determined dimensions are explained in detailed. The results of this research indicate that customer value focused relationship marketing strategies are more comprehensive and more applicable for maritime logistics actors.

Keywords: Relationship Marketing Strategies, Maritime Logistics Industry, Customer Loyalty, Customer Value

Mobbing Perception of Teachers and Academicians in Turkey: A Descriptive Analysis at Public Schools and Universities

Dr. Muhsin Kürşat TÜRKER
Turkey Ministry of National Education
muhsin_kursat@hotmail.com
Orcid: 0000-0002-0271-7078

ABSTRACT

The aim of this study was determining mobbing perception of teachers and academicians in Turkey by a survey applied on all around the country. The questionnaire forms were sent teachers and academicians who are working at all levels of schools and universities in Turkey. The sample was consisted of 1477 participants' responses. Accordingly, it will be able to being provided information about exposure types of mobbing by determining mobbing perception of teachers and academicians. Therefore, it is thought that public and organizational authorities may decide what must to do for preventing mobbing and how must they generate and form policies and political decisions about preventing mobbing by this information.

Keywords: Mobbing, Teachers, Public Schools

Türkiye, Büyükşehir Belediyeleri'nin Bütçe Değerlendirmesi için Bütünleşik Çok Kriterli Karar Verme Yaklaşımı

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN

Department of Business, University of Balıkesir, Balıkesir, Turkey
aergulen@gmail.com
Orcid: 0000-0002-6306-5261

Assoc. Prof. Dr. Ahmet ÇALIK

International Trade and Logistics Department, KTO Karatay University, Konya, Turkey
ahmetcalik51@gmail.com
Orcid: 0000-0002-6796-0052

ÖZET

Belirli bir coğrafi alanda yaşayan insanlara, çeşitli konularda hizmet üretmek amacıyla seçilerek göreve getirilen özel gelirlere, bütçeye ve personele sahip belediyeler, kamu hizmetlerini birinci elden sunan idari yapılarıdır. Belediyelerin ticari işletmeler gibi kar odaklı olmamaları, performans değerlendirme sistemlerine ihtiyacı yokmuş gibi görünse de, son yıllarda artan ekonomik baskı ve sınırlı bütçeleri nedeniyle belediyeler ve performansları da araştırma konusu haline getirmiştir. Özellikle belediyelerin bütçe performanslarının uygun yöntemlerle değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, büyükşehir belediyelerinin mali performanslarını bütünleşik çok kriterli karar verme (ÇKKV) yaklaşımları ile analiz etmektir. ÇKKV yöntemleri, karar vericilerin çelişen kriterleri içeren karar verme problemlerini sistematik ve tutarlı bir şekilde çözmelerine yardımcı olmaktadır. Bu çalışmada kriterlerin önem düzeylerinin belirlenmesi için objektif değerlendirme yöntemlerinden Ortalama Ağırlık (OA), CRITIC ve ENTROPI yöntemleri kullanılmıştır. Performansı en iyi olan büyükşehir belediyesini seçerken sıralama ve seçim sürecinde iki farklı ÇKKV yöntemi, MOOSRA ve PIV yöntemleri seçilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bütçe Değerlendirmesi, Büyükşehir Belediyeleri, CRITIC, ENTROPI, MOOSRA, PIV.

Integrated Multi-Criteria Decision-Making Approach for Budget Performance Evaluation of Metropolitan Municipalities of Turkey

ABSTRACT

Municipalities that are selected and appointed to produce services in a certain geographical area, are administrative structures that provide public services first hand through special revenues, budgets and personnel. Although it seems that the municipalities are not profit-oriented like commercial enterprises and do not need performance evaluation systems, due to the increasing economic pressure and limited budgets in recent years, performances of municipalities have also become a subject of research. Especially important to evaluate the budget performances of municipalities with appropriate methods. The aim of this study is to analyze the financial performances of metropolitan municipalities with integrated multi criteria decision-making (MCDM) approaches. MCDM methods help decision makers to systematically and consistently solve decision-making problems involving conflicting criteria. In this study, Mean Weight (MW), CRITIC and ENTROPI methods, which are among the objective evaluation methods, were used to determine the importance levels of the criteria. When selecting the metropolitan municipality with the best performance, two different MCDM methods, MOOSRA and PIV methods were chosen in the ranking and selection process.

Keywords: Budget Performance, Metropolitan Municipalities, CRITIC, ENTROPI, MOOSRA, PIV.

Yerel Yönetimlerin Halkı Tanımaya Yönelik Halkla İlişkiler Uygulamaları; Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği Örneği

Asst. Prof. Dr. Üyesi Mevlüde Canan CAN

Recep Tayyip Erdogan University
Fındıklı Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
mevlude.can@erdogan.edu.tr

ÖZET

Günümüzde toplumsal ve demokratik gelişmelerin bir sonucu olarak yerel yönetimlerin görev ve faaliyetleri farklı boyutlara ulaşmıştır. Bu bağlamda yerel yönetimlerin karar ve strateji belirlerken bu kararlardan doğrudan etkilenecek olan halkın rızasını almaları daha fazla önemli hale gelmiştir.

Öte yandan iletişim teknolojilerindeki baş döndürücü yenilikler, hemen herkesin her türlü bilgiye internette kolayca ulaşabilmesi, sosyal medyanın birbirini hiç tanımayan insanları bile anında bir konuda birleştirip güçlü bir kamuoyu korosuna dönüştürmesi ve cep telefonlarının kullananları potansiyel gazeteci haline getirmesi de bütün kuruluşlar gibi yerel yönetimleri de daha dikkatli olmaya yöneltmektedir. Son yıllarda yerel yönetimler; ulaşım su, asfalt gibi rutin hizmetlerin yanı sıra sosyal ve kültürel içerikli faaliyetlere kadar genişleyen yeni misyonlarını yerine getirirken, kendilerini; katılımcı, demokratik ve şeffaf bir yönetim anlayışını uygulamak zorunda hissetmektedir. Bu zorunlulukları asla kötünün savunucusu olamayan halkla ilişkiler çalışmalarını ile mümkün olabilir.

Halkla ilişkiler; genel anlamda halkı, özelde hedef kitleyi öncelikle tanımak ve ardından edinilen bu bilgiler ışığında yönetimi tanıtmayı içeren faaliyetlerdir. Bu araştırma yerel yönetimlerin tanıma yönlü halkla ilişkiler faaliyetlerinde hangi yöntemleri kullandığını belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma evrenini Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği'nde yer alan kentler oluşturmaktadır. Araştırmada anket veri toplama yöntemi ve verilerin değerlendirilmesi için nitel analiz yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda yerel yönetimlerin halk günü düzenledikleri ve sivil toplum örgütleriyle bir araya geldikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Halkla İlişkiler, Tanıma.

Public Relations Practices of Local Administrations: A Case of Eastern Black Sea Municipalities Union [Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği]

ABSTRACT

Today, the duties and activities of local administrations involve different dimensions as a result of social and democratic development. In this sense, now it is more important for local administrations to receive consent from people who will be directly affected by the decisions while making decisions and adopting strategies.

On the other hand, there are certain developments that direct the local administrations to be more careful in general. These are the dizzying innovations in communication technologies and the facts that almost everyone can easily access all kinds of information on the Internet, that social media instantly unites even people who do not know each other for a single subject and turns mobile phone users into a potential journalists. In recent years, local administrations feel obliged to adopt a more participatory, democratic and transparent sense of administration while fulfilling both the routine services such as transportation, water management and paving as well as new missions that range from social to cultural activities. This obligation can only be fulfilled via public relations, which can never advocate the bad.

Public relations refer to the activities that involve knowing the public in general and target audience in particular and introducing the administration in the light of this information. This study seeks to reveal which methods are employed by local administrations in public relation activities in terms of knowing the public. The population of the study covers the provinces that are a part of Eastern Black Sea Municipalities Union. The data collection tool of the study is a survey, and descriptive analysis method was employed to analyze the data. The study showed that local administrations organize meeting days with public as well as non-governmental organizations.

Key Words: Local Administrations, Public Relations, Knowing.

Tüketim Kalıplarının Kimlik Oluşumunda Rolü

Prof. Dr. Himmet HÜLÜR

Ankara Hacı Bayram Veli University

himmethulur@yahoo.com

Orcid:0000-0002-5863-4976

Res. Asst. Kamile ELMASOĞLU

Ankara Hacı Bayram Veli University

kamileelmasoglu@hotmail.com

Orcid:0000-0003-3811-3038

ÖZET

Bu çalışma tüketim kalıplarının kimlik oluşumu üzerindeki rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada bu doğrultuda, ilk olarak tüketime açıklık getirilmekte ve tüketimde etkili bir faktör olarak sosyal sınıf üzerinde durulmaktadır. Ardından tüketicilerde belirli bir kimlik oluşumunda tüketim kalıplarının rolü ele alınmıştır. Çalışma, tüketimi ve kimlik oluşumunu çeşitli kuramcı ve düşünürlerin görüşlerinden yararlanarak betimsel analiz yoluyla ele almaktadır. Ürün, hizmet ve markaların simgesel iletişim yönünün ağır bastığı tüketim dünyasında tüketiciler dış dünyada nasıl algılanmak istiyorlarsa ona göre bir kimlik oluşturmaktadır. Tüketimin simgesel yönünün önemini vurgulayan tüketiciler, kültürümüzde yansıma bulan anlamların maddiyata dökülüşünün izdüşümünü temsil ederler. “Ben kimim” ve “ben kim olmak istiyorum” sorusunun cevabının tüketim nesnelere arasından arandığı günümüz toplumlarında tüketiciler; stil, karakter ve bedenlerini tüketim kalıpları ile şekillendirmektedir. Özellikle, çok çeşitli imajların bileşkesini oluşturan markalar aracılığıyla, tüketiciler, kim olmak istediklerini ve buna yönelik duygularını yansıtmaktadır. Bu nedenle “ben kimim” sorusunun tüketim kalıpları içeriğinde yer alan simgelerin kullanımı yoluyla yanıtlanması oldukça yaygındır. Tüketiciler kim olduklarını sergilemek gibi türlü tüketim amaçları çerçevesinde bilinçli bir şekilde hareket etmektedirler. Tüketiciler, kendi bireysel farklılıklarını, sahip olmak istedikleri imaj çerçevesinde yansıtmakta ve kendi kimliklerini markaların simgesel iletişim ağı ile inşa etmektedir. Ürün ve hizmetler bir işaret ve simge olarak ele alındığında, bireylerin statüsü, sosyal sınıf ve kimlik duygularının oluşumuna açıklık getirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim Kalıpları, Sosyal Sınıf, Kimlik Duygusu, Simgesel İletişim, Simgesel Tüketim

The Role of Consumption Pattern in the Formation of Identity

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the consumption patterns in the formation of identity. In this direction, the study begins with elucidating consumption and emphasizing social class as an influential factor in consumption. Then the role of consumption pattern in the formation of a certain identity in consumers is taken into consideration. Benefiting from the views of several theoreticians and thinkers, the study discusses consumption and identity formation through descriptive analysis. In the world of consumption which is dominated by the communication dimension of the product, service and brands, the consumers form an identity according to however they want to be perceived. The consumers stressing the significance of the symbolic dimension of consumption, represent the projection of the materialization of meanings that find reflection in our culture. In the present societies where the answers to the questions “who am I” and “who do I want to be” are searched for among the objects of consumption, the consumers shape their style, character and body by means of consumption patterns. Especially, through the brands that combine various images, consumers reflect “who do they want to be” and feeling in relation to this. Therefore, answering the question “who am I” through the use of the symbols placed within the content of the patterns of consumption are very prevalent. The consumers behave consciously within the scope of various aims of consumption as in the case of their displaying who they are. Consumers reflect their individual distinctions according to the image they want to have and construct their own identity through the web of symbolic communication of the brands. When the products and services are considered as symbols and signs, it become possible to elucidate the feeling of status, social class and identity of individuals.

Keywords: Patterns of Consumption, Social Class, Status, Feeling of Identity, Symbolic Communication, Symbolic Consumption

Obeziteye Karşı Kamu Politikaları

Asst. Prof. Dr. Dilek AKBAŞ AKDOĞAN

Istanbul Medeniyet University

dilek.akdogan@medeniyet.edu.tr

Orcid: 0000-0002-8132-6971

ÖZET

Günümüzde obezite dünya genelinde yaygın olarak görülen hem insan sağlığı hem de toplum sağlığı açısından risk oluşturan bir hastalık olarak değerlendirilmektedir. Bulaşıcı olmayan bir hastalık türü olan obezite zaman içerisinde bireysel bir sorun olmanın ötesine geçerek toplumsal bir mesele olmuş ve halk sağlığı alanının konusuna girmiştir. Sağlık yarı kamusal bir maldır. Yarı kamusal mallar bireylere sağladığı özel faydanın topluma da dışsal faydalar yaymaktadır. Dışsal faydalar veya maliyetler piyasalarda optimum kaynak tahsisinin bozulmasına diğer bir ifade ile piyasa başarısızlığına neden olduğu için dışsallıkların mevcudiyeti durumunda devlet piyasa mekanizmasına müdahalelerde bulunmaktadır. Bu bağlamda obezite sağlık sorunu, temelde dışsallıklara bağlı olan bir piyasa başarısızlığı meselesi olarak değerlendirilmekte ve kamu kesimince yürütülen politikalarla obezite ile mücadele edilmeye çalışılmaktadır. Bu alandaki politikaların başında obezitenin yaydığı negatif dışsallıkların içselleştirilmesini amaçlayan mali bir önem olan obezite vergileri gelmektedir. Obezite vergilerinin uygulandığı ülke örneklerine baktığımızda obezite ile mücadelede bir araç olarak vergilerin kullanımının her zaman etkin olmadığı görülmektedir. Obeziteye karşı mali bir önemle olarak uygulanacak vergi politikasının başarısını etkileyen bir takım hususlar bulunmaktadır. Hükümetlerin obezite ile mücadelede vergi politikalarında başarıya ulaşımlarında vergilerin teorik temellerinin iyi belirlenmeli, optimal vergi oranı, ikame mallarının durumu, söz konusu malların fiyat esneklikleri, vergilerin yükümlüler üzerindeki etkisi ve yansıtılabilirlik durumları, toplumsal özellikler göz önünde tutularak kararlar verilmelidir. Ayrıca obezite ile mücadeleye yönelik kamu politikası aracı olarak en sıklıkla kullanılan vergiler olsa da, hükümetlerin sübvansiyon uygulamaları, eğitici ve bilgilendirici politikalar veyahut düzenleyici politikalarla politika çeşitliliğine gitmeleri belirledikleri politika hedeflerine ulaşmaları açısından doğru bir adım olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Obezite ile Mücadele, Kamu Politikaları, Obezite Vergisi

Public Policy Against Obesity

ABSTRACT

Nowadays, obesity is widely considered as a disease that poses a risk to both human health and public health, which is common worldwide. Obesity, being a non-communicable disease type, has gone beyond being an individual problem in time and has become a social issue and entered the subject of public health field. Health is quasi public good. Quasi public goods generate external benefits for the society besides the private benefit for individuals. Since external benefits or costs cause failure of optimum resources allocation in the markets, in other words, market failure, governments intervene in the market mechanism. In this context, the obesity health problem is considered as a market failure issue that depends mainly on externalities and governments attempt to combat obesity problem by implementing policies in this field. The leading policies in this subject are obesity taxes that are financial measures aiming to internalize of negative externalities generated by obesity. Country examples show us taxes are not always effective tool to combat with obesity. There are a number of issues that affect the success of the tax policy applied as a financial measure against obesity. For the success of government's tax policies to fight against obesity the theoretical basis of taxes should be well defined, policy decisions should be made considering optimal tax rate, the status of substitute goods, the price flexibility of the goods, the effects of taxes on tax payer and tax shifting and characteristic of the society. In addition, although taxes are the most frequently used public policy tool to combat obesity, it would be a right step for the governments to diversify their policies with subsidies practices, education and information policies or regulatory policies to achieve their policy goals.

Keywords: Fight Against Obesity, Public Policies, Obesity Taxes

Kurumsal Sosyal Sorumluluk(KSS) Teorileri Ne Kadar Etik? KSS Uygulamalarına Süreç- Çıktı Merkezli Bakış

Mustafa Asım ŞİMŞEK

Sakarya University Graduate School of Business
Production Management and Marketing Department
asimsimsek@hotmail.com
Orcid: 0000-0001-7347-6657

ÖZET

1953 yılında Bowen'in 'iş adamının sosyal sorumluluğu' adlı kitabından sonra firmalar, "kar elde etmekten başka bir sorumluluğumuz var mı?" sorusunu kendilerine sormaya başladılar ve bu sorudan kurumsal sosyal sorumluluğa (KSS) evrimleşme başladı. KSS literatürü bu soru üzerine şekillenmiş ve 5 ana şartelde sınıflandırabileceğimiz teoriler oluşmuştur. Bu teorilerin herbiri KSS sürecini başlatan soru' ya farklı açılardan cevap vermiş fakat hiçbir ekol esasen etiksel bir sorudan evrimleşen KSS olgusunun etiksel analizine gereği kadar değinmemiştir. Bu çalışmanın amacı kurumsal sosyal sorumluluk teorilerini evrensel etik değerleri çerçevesinde sorgulamaktır. Çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Evrensel etik ve KSS olgularını organik bir bütün biçiminde ele alıp yeni bir bakış açısı ortaya koyması ve literatürdeki teorilerin etik temelli değerlendirilmesinin ilk defa yapılması araştırmayı önemli kılmaktadır. Araştırma sonucunda kurumsal firma etiğinin, kurumsal sosyal sorumluluk olgusuna direk ve organik etkisinin olması gerektiği, eklektik anlayışla firmanın evrensel etik kurallarını tatmin edemeyeceği dolayısıyla firma sosyal sorumluluğunun eksik oluşacağı sonucuna varılmıştır. Ayrıca etik değerlerin tamamen karşılandığı süreç (paydaş) ve çıktı merkezli yeni bir KSS bakış açısı geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Etik, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Süreç- Çıktı Bazlı KSS

How Ethical Are Corporate Social Responsibility (CSR) Theories? Process-Output-Centered Perspective on CSR Practices

ABSTRACT

After Bowen's book "social responsibility of businessmen" in 1953, companies said, "Do we have any other responsibility other than making a profit?" They started to ask themselves the question and the evolution from this question to corporate social responsibility (CSR) started. The CSR literature has been shaped on this question and theories have been formed that can be classified in 5 main courses. Each of these theories responded to the question that initiated the CSR process from different angles, but no school has properly addressed the ethical analysis of the CSR phenomenon that evolved from an essentially ethical question. The aim of this study is to question corporate social responsibility theories within the framework of universal ethical values. Qualitative research methods were used in the study. The fact that it handles the universal ethics and CSR phenomena as an organic whole and puts forward a new perspective and the first ethical-based evaluation of the theories in the literature makes the research important. As a result of the research, it was concluded that corporate company ethics should have a direct and organic effect on the phenomenon of corporate social responsibility, and that the company cannot satisfy the universal ethical rules of the company with an eclectic understanding, therefore the social responsibility of the company will be incomplete. In addition, a process (stakeholder) and output-centered perspective has emerged in which ethical values are fully met.

Keywords: Ethics, Corporate Social Responsibility, Process-Output Based CSR

Arşiv Materyali Olarak Yerel Gazeteler: Kharkiv'deki Esaret Döneminde Gazi Osman Paşa Hakkında Yerel Gazetelerde Yayımlanmış Haberler

Asst. Prof. Dr. Mehmet Fahri FURAT

Istanbul University
m.f.furat@gmail.com
Orcid: 0000-0001-5622-2196

ÖZET

Ukrayna'nın Kharkiv kenti 1800lü yılların başlarından 1918'deki Osmanlı-Ukrayna esir mübadelesine kadar olan dönemde Osmanlı-Rus harplerinde esir düşen Osmanlı askerlerinin tutulduğu şehirlerden biridir. Plevne kahramanı olarak bilinen Osman Nuri Paşa- Gazi Osman Paşa- da Plevne savunması sonrasındaki esaret döneminin yaklaşık iki aylık bölümünü Kharkiv kentinde geçirmiştir. Kente 5 Ocak 1878 tarihinde maiyeti ile birlikte gelen Gazi Osman Paşa, 7 Mart 1878 de Kharkiv'den ayrılmıştır. Kharkiv'de kaldığı dönemde bir otelde konaklamış, halk, yerel yöneticiler, askerler, sanatçılar ve diplomatlar tarafından kendisine büyük ihtimam gösterilmiştir. Hatta o dönemde yayımlanan önemli gazetelerden biri olan Golos gazetesi muhabirlerinin Osmanlı Türk esirleri ile onların kaldıkları şehirlerde gerçekleştirdiği röportajlardan biri de Gazi Osman Paşa ile yapılmış ve bu görüşmenin metni Kharkiv' de çıkan Harkovskiye gubernskiye vedomosti gazetesinde yayımlanmıştır. Çalışmamda Gazi Osman Paşa'nın kendisi hakkında çıkan gazete haberlerinden ve röportaj metninden hareketle Kharkov'da geçirmiş olduğu iki ayı ve bu yayımların arşivcilik açısından önemini değerlendirmek istiyorum.

Anahtar Kelimeler: Gazi Osman Paşa, Kharkiv, Golos, Osmanlı Savaş Esirleri

Local Newspapers as Archival Material: News Published in Local Newspapers About Gazi Osman Pasha During the Period of His Captivity in Kharkiv

ABSTRACT

Kharkiv is one of the cities of Ukraine where Ottoman soldiers who were captured in Ottoman-Russian wars were kept for more than a hundred years, from the early 1800's until the Ottoman-Ukrainian prisoner exchange in 1918. Osman Nuri Pasha- Gazi Osman Pasha, one of the important Ottoman soldiers, known as the hero of Plevna, spent about two months of his captivity period in Kharkiv after defending Plevna. Gazi Osman Pasha, who came to the city on January 5, 1878 with his entourage, left Kharkiv on March 7, 1878. In Kharkiv, he stayed in a hotel and was given great care by the public, local administrators, soldiers, artists and diplomats. In fact, one of the interviews conducted by the reporters of Golos newspaper, which was one of the important newspapers published at that time, with the Ottoman Turkish prisoners in the cities where they were staying, was made with Gazi Osman Pasha and the text of this meeting was published in the Harkovskiye gubernskiye vedomosti newspaper of Kharkiv. In this work, I would like to evaluate Gazi Osman Pasha's two months spent in Kharkiv based on the newspaper reports and the text of the interview and the importance of these publications in terms of archival studies.

Keywords: Gazi Osman Pasha, Kharkiv, Golos, Ottoman Prisoners of War

Kent Bellekleri Bağlamında Sayısal Arşiv Yönetiminin Sürdürülebilirliğinin Değerlendirilmesi

Asst. Prof. Dr. Sinan SÜMBÜL

Istanbul University
sinansumbul@gmail.com
Orcid: 0000-0002-7107-8927

Asst. Prof. Dr. Ceyhan GÜLER

Istanbul University
ceyhan.guler@istanbul.edu.tr
Orcid: 0000-0003-0099-8168

ÖZET

Kent bellekleri, kentin kuruluşundan günümüze kadar geçen zaman içerisinde üzerinde yaşamış olan tüm topluluk ve medeniyetlere ait nesne, obje, kitap, belge, anı, bilgi, fotoğraf, ses kaydı vb. kayıt altına alınmış eski ya da yeni tüm materyalleri bünyesinde barındıran yapılardır. Zengin bir tarihi geçmişin mirasçısı olan kentlerin sahip olduğu kadim kültürü genç kuşaklara aktarmak, kente olan aidiyet bağlarını güçlendirmek, kenti benimsetmek için o kente ait tüm yazılı, basılı, görsel-işitsel materyallerin bir araya getirilmesi ve halkın hizmetine sunulması gerekmektedir. Bu hizmetin yerine getirilmesi, halk ve üniversite kütüphanelerinde, devlet ve şahıs arşivlerinde ve diğer araştırma merkezlerinde bulunan kentle ilgili çalışmaların basılı, yazılı, görsel-işitsel her türlü materyalin fiziki ve dijital ortamda bir araya getirilmesi ve araştırmacıların erişimine açılması anlamına gelmektedir. Bu hizmetlerin erişime sunulması kadar sürdürülebilir olması da önemlidir. Bu amaçla, toplanan materyalin erişilebilir, korunabilir ve geleceğe aktarılabilir olması gerekmektedir. Durum analiziyle değerlendirilecek bu çalışmanın, örnek kent bellekleri bağlamında erişim, koruma ve geleceğe aktarma konusunda sonuçlar elde etmesi beklenmektedir. Söz konusu konuların eksikliği, kent belleklerinin verimliliğini zamanla kaybetmesi sonucunu doğuracaktır.

Anahtar Kelimeler: Kent Bellekleri, Sayısal Arşiv Yönetimi, Sürdürülebilirlik

Evaluation of the Sustainability of Digital Archive Management in the Context of Urban Memories

ABSTRACT

Urban memories are objects, books, documents, memories, information, photographs, sound recordings etc. belonging to all communities and civilizations that have lived on the city since its foundation. They are structures that contain all recorded old or new materials. In order to transfer the ancient culture of cities, which are the inheritors of a rich historical past, to young generations, to strengthen the bonds of belonging to the city, to adopt the city, all written, printed, audio-visual materials belonging to that city should be brought together and presented to the public. Fulfillment of this service means bringing together all kinds of printed, written, audio-visual material in the public and university libraries, state and private archives and other research centers in physical and digital media and making it accessible to researchers. It is important that these services are sustainable as well as making them accessible. For this purpose, the collected material must be accessible, preserved and future-proof. This study, which will be evaluated with case analysis, is expected to obtain results in terms of access, protection and transfer to the future in the context of sample urban memories. The lack of these issues will cause the urban memories to lose their efficiency over time.

Keywords: Urban Memories, Digital Archive Management, Sustainability

Jeoekonomi, ABD Açısından Petrolün Jeoekonomisi

Arş.Gör. Salih ŞİMŞEK

Bingol University

slhsmk@gmail.com

Orcid: 0000-0002-8694-9772

Arş.Gör. Ali İrfan ÖZEREN

Bingol University

aiozeren@bingol.edu.tr

Orcid: 0000-0002-4099-7007

ÖZET

Soğuk Savaş döneminin sona ermesiyle uluslararası politik düzlemde güç kavramı jeopolitik bir içerikten jeoekonomik bir içeriğe sahip olmaya başlamıştır. Küresel enerji tüketiminin yaklaşık olarak üçte birinin petrolden karşılandığı dikkate alınırca petrol rezervlerinin yoğun olarak bulunduğu bölgelerin küresel aktörlerin ilgi alanına gireceği kolaylıkla anlaşılabilir. Bu açıdan, toplam petrol rezervinin takriben % 50'sine sahipliği ile Ortadoğu uluslararası güç dengelerinin belirlenmesinde küresel güçlerin stratejik manevra alanı olma özelliğini geçmişten günümüze korumuştur. Petrolün ve diğer enerji kaynaklarının dünya üzerindeki asimetric dağılımı enerjiyi uluslararası ilişkilerde stratejik bir unsur haline getirmektedir. Rezervin yoğun olduğu bölgelerden enerji tedariki yapan ülkeler açısından kırılganlık arz eden bu durum, bu bölgelerde askeri denetimler ve kurduğu siyasi çevrelemeler yoluyla hegemon gücün elinde, enerji tedarikçilerine bir baskı mekanizması olarak belirlemektedir. Ekonomik donanım ve gücün uluslararası arenada etki unsuru amaçlı kullanımı olarak tanımlanabilecek jeoekonomi, enerji bağlamında düşünüldüğünde de bu kapasiteye sahiptir. Özellikle, 1973 Petrol Krizi olarak adlandırılan, Arap-İsrail Savaşları'nda politik konumunu İsrail'in yanında belirleyen devletlere karşı petrol fiyatlarının OAPEC'e üye ülkeler tarafından yükseltilmesi ile batı ekonomilerinin sürüklendiği ekonomik durgunluk, enerjinin jeoekonomisinin 20.yy da önemli bir örneğidir. Yine, ABD'nin Ortadoğu üzerinde planları ve Irak Savaşı'nın petrol kaynaklarına erişim çabası ile ilgisinin olduğu bilinmektedir. ABD'nin küresel hegemonyasını sürdürmede enerji ile bağlantılı olarak petrodolar olgusunun rolü de kritik bir öneme sahiptir. Bu çalışmada jeoekonomi kavramı temel çerçevesi ile tanıtılacak, küresel enerji tüketiminin yaklaşık olarak üçte birini oluşturan petrolün ülkeler bağlamında rezerv ve üretim hacmine yer verilecek, enerjinin jeoekonomisi olarak adlandırılabilir bir yaklaşımla ABD'nin enerji güvenliğini sağlamaya yönelik uluslararası enerji politikasını dış politika ve petrodolar yoluyla nasıl izlediği ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Jeoekonomi, Enerji Güvenliği, Enerjinin Jeoekonomisi, Petrodolar

Geo-Economics, The Geo-Economics of Petrol in Terms of The USA

ABSTRACT

With the end of the Cold War, the concept of power on an international political level began to have a geoeconomic content from a geopolitical content. Considering that approximately one third of the global energy consumption consists of oil, it can be easily understood that the regions where oil reserves are concentrated will attract the attention of global actors. In this context, the Middle East has remained a strategic maneuver area of global powers in determining international power balances with approximately 50% of the total oil reserve. The asymmetrical distribution of oil and other energy sources in the world makes energy a strategic factor in international relations. This situation, which is fragile for the countries providing energy from the regions where the reserve is dense, appears as a pressure mechanism for the energy suppliers in the hands of hegemonic power through military controls and the political circles it established. Geoeconomics, which can be defined as the use of economic equipment and power as an effective factor in the international arena, has this capacity when considered in the context of energy. The economic stagnation in which the western economies drifted with the rise of oil prices by the OAPEC member states against the states that determined their political position in the Arab-Israeli Wars next to Israel is an important example of the geoeconomics of energy in the 20th century. Particularly, it is known that

the US plans on the Middle East and the Iraq War are related to the effort to access the oil resources. The role of the petrodollar phenomenon in relation to energy is critical in maintaining US global hegemony. In this study, geoeconomics will be introduced with the basic framework and the reserve and production distribution of oil, which constitutes approximately one third of the global energy consumption, will be presented. In an approach that can be called as the geoeconomics of energy, it will be discussed how the US follows the international energy policy towards energy security through foreign policy and petrodollar.

Key Words: Geoeconomics, Energy Security, The Geoeconomics of Energy, Petrodollar

İktisat Disiplininde Kurumların Kavramsallaştırılması Üzerine Metodolojik Bir Analiz

Asst. Prof. Dr. Yahya Can DURA

Istanbul Gelisim University

ycdura@gelisim.edu.tr

Orcid: 0000-0002-5662-7748

ÖZET

Kurumsal iktisat, ekonomiyi topyekûn kurumsallaşmış bir süreç olarak görerek, yerleşik iktisattan ayrılmış ve yeni bir iktisadın mümkün olabileceğini iddia etmiştir. Bunu gerçekleştirirken de yerleşik iktisadın yöntemlerine ve varsayımlarına karşı bir duruş göstermiştir. Günümüzde ise yeni kurumsalcı yaklaşımlar, kurum kavramını iktisadi analizlere dâhil ederek, yerleşik iktisadın aşırı soyut yöntemlerinin açmazlarını gidermeye çalışmakta ve kurumsalcı metodolojiyi bir araç olarak kullanmaktadır.

Bu çalışmada iktisat biliminin teorik çözümlerindeki tutarlılığı güçlendirici bir rol oynayan kurum olgusunun kavramsallaştırılma süreci ele alınmıştır. Kurumların soyut tanımından somut gerçekliğe nasıl geçilmesi gerektiği üzerinde durularak, kurumları temsil eden objektif parametrelerin kaynakları incelenmiştir. Ulaşılan sonuç iktisat teorilerinin ve politikalarının kurum ve bunu temsil eden göstergeler açısından titizlikle incelenmesi ve farklı toplum, kültür ve coğrafyalar ile farklı zamanlar için statik teorik yaklaşımlar geliştirilmesi yaklaşımının terk edilmesi gerektiği yönündedir. Bu kapsamda iktisat bilimi inceleme evrenine kurumları ayrılmaz bir unsur olarak eklemeli, tarihsel ve evrimsel süreçleri ile dinamik bir şekilde sürekli olarak incelemelidir. Kurumların ve kurumsal yapının somutlaştırılması ve bunun için hangi göstergelerin geliştirilmesi ve izlenmesi gerektiği konusu da iktisadın teorik odak noktasına alınmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Kurum, Kurumsal Parametreler, Kurumsal İktisat

JEL-Sınıflama: B52, P48

A Methodological Analysis on the Conceptualization of Institutions in the Discipline of Economics

ABSTRACT

Organizational economics that made a description of how it should be for the science of economics has considered the economy as a wholly institutionalized process, departed from established economics and virtually proved that a new economics can be possible. It tries to eliminate the dilemmas of established economics' excessive abstract methods by including specifically the concept of organization widely in economic analyses and uses the organizational approaches as a lever for this purpose.

In this study, the conceptualization process of the institution phenomenon, which plays a role in strengthening the consistency in the theoretical analysis of economics, is discussed. It is emphasized how to pass from the abstract institution definition to the concrete reality and the sources of the objective parameters representing the institutions are examined. The results are that economic theories and policies should be scrutinized in terms of institutions and the indicators representing them, and the approach of developing static theoretical approaches for different societies, cultures, geographies and different times should be abandoned. In this context, institutions should be added to the study universe of economics as an inseparable element, and they should be dynamically examined continuously with their historical and evolutionary processes.

The concretization of institutions and institutional structure and which indicators should be developed and monitored for this should be taken into the theoretical focus of economics.

Keywords: Institution, Institutional Parameters, Institutional Economics

JEL-Classification: B52, P48

İşgören Seçimi: Nitel Bir Örnek Olay Çalışması

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Bolu Abant İzzet Baysal University

hkaradal@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8050-5564

Lect. Ethem MERDAN

Ahi Evran University

ethem.merdan@ahievran.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2528-2326

ÖZET

İşgören seçimi, insan kaynakları yönetiminin temel fonksiyonlarından biridir. Çünkü işgören seçimi diğer insan kaynakları fonksiyonlarını etkilemekte, örgütün etkinliği bakımından stratejik nitelik taşımaktadır. Bu nedenle yetenekli, becerikli, işe en uygun olan işgörenin seçilmesi beklenmektedir. Bu çalışmanın amacı, işgören seçimine ilişkin görüşlerin analiz edilmesidir. Bu çalışma, işgören seçimine ilişkin unsurların belirlenmesi ve bu süreçte dikkat edilmesi gereken hususlar hakkında bilgi üretilmesi bakımından önem arz etmektedir. Çalışmanın kapsamı Aksaray ilindeki faaliyet gösteren Sütaş A.Ş. çalışanlarıdır. Veri toplamak amacıyla online anket uygulanmış, açık uçlu sorular sorulmuş ve 186 veri elde edilmiştir. Elde edilen nitel verileri test etmek için Voyant Tools programı kullanılmıştır. Çalışma sonucunda işgören seçiminin mülakat (görüşme) ve yazılı sınavla yapıldığı, işgören seçiminde liyakatlı (bilgili ve yetenekli) kişilerin daha çok tercih edildiği ve iyi bir işgören seçiminde genç, evli, eğitim düzeyi yüksek ve işine bağlı olan bireylerin tercih edilmesi yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular yorumlanmış ve işgören seçimi yapacak yöneticilere önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İKY, İşgören seçimi, Örnek Olay Çalışması.

Employee Selection: A Qualitative Case Study

ABSTRACT

Employee selection is one of the basic functions of human resources management. Because the employee selection affects other human resources functions and has a strategic quality in terms of the efficiency of the organization. For this reason, it is expected that the most talented, skilled employee will be selected. The purpose of this study is to analyze the views on employee selection. This study is important in terms of determining the factors related to employee selection and generating information about the issues to be considered in this process. The scope of the study is Sütaş A.Ş., operating in Aksaray. employees. In order to collect data, an online questionnaire was applied, open-ended questions were asked and 186 data were obtained. Voyant Tools program was used to test the obtained qualitative data. As a result of the study, it was found that the employee selection was made by interview (meeting) and written exam, more qualified (knowledgeable and talented) people were preferred in the employee selection, and young, married, highly educated and committed individuals were preferred in the selection of a good employee. The findings obtained were interpreted and recommendations were made to the managers who will make the employee selection.

Keywords: HRM, Employee selection, Case Study.

Blablar İle İşbirlikçi Tüketime Katılım Yolculuğu

PhD. Cand. Volkan Çağlar YILDIRAN

Istanbul University
volkcaglar@gmail.com
Orcid: 0000-0003-1956-9777

Prof. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU

Bolu Abant İzzet Baysal University
velioglu_m@ibu.edu.tr
Orcid:0000-0002-8238-9480

Assoc. Prof. Dr. Süreyya KARSU

Bolu Abant İzzet Baysal University
karsu_s@ibu.edu.tr
Orcid:0000-0002-2724-7420

ÖZET

İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, tüketici bilincinde yaşanan artış ve değişimler, İnternet kullanıcılarının çoğalması ve sosyal ticaret/paylaşımın artışıyla gelişen paylaşım ekonomisi, ekonomik ve teknolojik olgudur (Botsman ve Rogers 2010; Kaplan ve Haenlin 2010: 60; Wang ve Zhang 2012). Erişim ekonomisi ya da erişim temelli tüketim (Bardhi ve Eckhardt, 2016:881) olarak da isimlendirilen paylaşım ekonomisi aynı zamanda ürünlerinin tüketiminin İnternet platformları aracılığı ile paylaşılmasına olanak sunan işbirlikçi tüketimin yanı sıra çeşitli bilgi ve iletişim teknolojilerini de kapsayan (Hamari, Sjöklint ve Ukkonen 2016: 2047) sosyo-ekonomik sistemdir (Munoz ve Cohen, 2017:22).

Paylaşım ekonomisi çatısında, bir ya da daha fazla bireyin, yine bir ya da daha fazla sayıda birey ile ortak faaliyetlerde bulunma süreci olarak gelişen ve ekonomik ürün tüketimi eylemi olarak tanımlanan işbirlikçi tüketim kavramı, ilk kez 1978 yılında Felson ve Speath tarafından literatüre kazandırılmıştır. Bilişsel devrimin hızla insan yaşamına adapte olması, farklı sosyo-ekonomik gruplardan tüketicileri bir araya getiren paylaşım ekonomisi ve işbirlikçi tüketim uygulamalarını da hızla artırmaktadır. Özellikle İnternet kullanımının artışı ve teknolojik olanakların genişlemesiyle yaygın etkisi yüksek düzeyde hissedilen işbirlikçi tüketim, bir kaynağın ücret veya başka bir bedel karşılığında edinilmesinin ve dağıtılmasının, insanlar tarafından koordine edilmesidir (Belk, 2014:1597). Bununla beraber işbirlikçi tüketim, topluluk üyelerinin bulunduğu İnternet platformlarında koordine edilen ürünlere erişim ve bu ürünlerin paylaşımını ele alır.

İşbirlikçi tüketime katılım motivasyonları; sosyal, ekonomik ve teknolojik motivasyonlar (Jeremiah Owyang, 2014) çerçevesinde topluluk arzusu, aidiyet, itibar (Hamari, Sjöklint ve Ukkonen, 2016: 2052), haz (Lee, Chan, Balaji ve Chong, 2016:3), nüfus yoğunluğu ve değişen eğilimler ve aşinalığın etkisi, sürdürülebilirlik (Prothero, Dobscha, Freund, Kilbourne, Luchs, Ozanne, ve Thøgersen 2011: 35) , maliyet tasarrufu (Lamberton ve Rose, 2012:114), ekonomik fayda ve teknolojik sürece katılım (Tussyadiah ve Pesonen 2015: 705) olarak belirtilir. İşbirlikçi tüketimin engelleyici etkenleri ise algılanan mahremiyet (Lee vd.: 2016:7) ve güvenlik riskleri (Wirtz ve Lwin 2009:192), algılanan fayda ve platform kalitesidir (Aladwani ve Palvia 2002:468).

Çalışmanın amacı; tüketicilerin işbirlikçi tüketime katılımlarına yönelik engelleri ve motivasyonları belirlemek, pazarlama literatürüne ve işbirlikçi tüketimin genişlemeye çalıştığı sektörlerle katkıda bulunmaktır. Keşifsel araştırma türünde olan nitel araştırma temelinde olgubilim ile desenlenen çalışmanın verisi, Türkiye’de, şehirlerarası yolculukta aynı rotada seyahat edecek sürücülerin (hizmet sağlayıcı) ve yolcuların (hizmetten yararlanan) bir araya getirildiği İnternet tabanlı dünyada ve Türkiye’de önemli kullanım düzeyine ulaşan yolculuk paylaşım hizmet ağı, Blablar uygulaması kapsamında gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda veriler; en az beş defa yolculuk yapmış sekiz adet hizmet sağlayıcısı ve sekiz adet hizmet faydalanıcısı ile 01 Mayıs- 01 Temmuz 2019 tarihleri arasında bizzat araştırmacının katılımcı gözlemci olarak Blablar yolculuk paylaşım hizmeti kullanarak yer aldığı derinlemesine yürütölen yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilmiştir. Veri analizinde, nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi uygulanmıştır. Araştırmada iç geçerlik inandırıcılık; dış geçerlik aktarılabirlik, iç güvenilirlik tutarlık, dış güvenilirlik de teyit edilebilirlik ile sağlanmıştır. İnandırıcılık kapsamında uzun süreli etkileşim, derinlik odaklı veri toplama, çeşitleme ve uzman incelemesi; aktarılabirlik kapsamında ayrıntılı betimleme, amaçlı örneklem; tutarlık ve teyit incelemeleri yapılmıştır. Elde edilen verilerden

motivasyonların ve engellerin kod, tema ve alt temaları belirlenmiştir. Sosyal fayda, ekonomik fayda, sürdürülebilirlik, platform esnekliği, refah, tatmin, güven, güvenlik motivasyon temaları; güvenlik ve kültür de engel temaları olarak tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda, işbirlikçi tüketime katılım motivasyonlarının içsel ve dışsal olarak ayrılması gerekliliği ve elde edilen içsel motivasyonların literatür ile benzerlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ekonomiklik, sürdürülebilirlik, hizmet hızlığı ve konfor, sosyalleşme, değişen eğilimlerin etkisi ve aşinalık ile teknolojik etkenler işbirlikçi tüketime katılıma alt yapı hazırlayıcı etkenler olarak tespit edilmiştir. Hizmeti sağlayanların da elde edenlerin de tüketiciden tüketicieye değişmekle birlikte, güvenlik endişesi taşıdığı belirlenmiştir.

AnahtarKelimeler: İşbirlikçi Tüketim, Nitel Araştırma, Paylaşım Ekonomisi, Yolculuk Paylaşımı, Blablacar

Participation to Journey for Collaborative Consumption with Blablacar

ABSTRACT

The sharing economy is an economic and technological phenomenon, which develops with the advances in communication technologies and the increases and changes in consumer awareness, the proliferation of Internet users and the increase in social trade / sharing (Botsman and Rogers 2010; Kaplan and Haenlin 2010: 60; Wang and Zhang 2012).

Sharing economy is also called as economy of access or access-based consumption (Bardhi and Eckhardt, 2016:881). And it contains various of information and communication technologies as well as collaborative consumption that allows the consumption of its products to be shared through Internet platforms (Hamari, Sjöklint and Ukkonen, 2016: 2047) beside it is defined as a socio-economic system (Munoz and Cohen, 2017:22).

Collaborative consumption concept is evaluated under the umbrella of sharing economy and it is defined as the economic consumption activity of one or more individuals with others. Felson and Speath (1978) used that concept firstly in literature. The rapid adaptation of the cognitive revolution to human life also increases the sharing economy and collaborative consumption practices that bring consumers from different socio-economic groups together. The widespread impact of collaborative consumption is felt at a high level, especially with the increase in Internet use and the expansion of technological possibilities and it is the coordination of the acquisition and distribution of a resource for price or other compensation by people (Belk, 2014:1597). Beside these collaborative consumption addresses the access and sharing of products, coordinated on Internet platforms with community members. The motivations of participation to collaborative consumption are; community desire, belonging, reputation (Hamari, Sjöklint & Ukkonen, 2016: 2052), pleasure (Lee, Chan, Balaji & Chong, 2016: 3), population density and changing trends within the framework of social, economic and technological motivations (Jeremiah Owyang, 2014) and familiarity impact, sustainability (Prothero, Dobscha, Freund, Kilbourne, Luchs, Ozanne, and Thøgersen 2011: 35), cost savings (Lamberton and Rose, 2012: 114), economic benefit and participation in the technological process (Tussyadiah and Pesonen 2015: 705). The obstacles to collaborative consumption are perceived privacy (Lee et al.: 2016: 7) and security risks (Wirtz and Lwin 2009: 192), perceived benefit and platform quality (Aladwani and Palvia 2002: 468).

The purpose of the study is to identify the obstacles and motivations for consumers to participate in collaborative consumption, and to contribute to the marketing literature and the industries in which collaborative consumption tries to expand. The research was conducted in exploratory research type as a qualitative research and patterned with phenomenology. The data of the study was gathered from the participants that has been carried out in Blablacar Internet application, a kind of journey sharing network system in Turkey, travel in the same route intercity drivers (service providers) and the passengers (service beneficiaries). Data was obtained, during May 1st- July 1st, 2019, from eight service providers and eight service beneficiaries who have who have travelled at least five times with Blablacar app. In-depth and semi-structured interviews were done by the researcher who experienced Blablacar app. as a participant observer. Content analysis has been applied in data analysing. Internal validity was provided by persuasiveness and external validity by transferability; internal reliability by consistency and external reliability was provided with verifiability. For persuasiveness, long-term interactions, depth-focused data collection, diversification and expert reviews were used. For transferability, detailed descriptions and purposive sampling were used and consistency and verifiability were done. The codes, themes and sub-themes of motivations and obstacles were determined from the obtained data. The motivational themes were found as social benefit, economic benefit, sustainability, platform flexibility, well-being, satisfaction, trust and security; and the obstacle themes were found as security and culture. As a result of the research, it was determined that the motivations for participation should be separated into intrinsic and extrinsic just like the literature. Economics, sustainability, speed of service and comfort, socialization, the effect of changing trends and familiarity, as well as the technological factors have been identified as the factors that prepare the infrastructure for participation in

collaborative consumption. It has been determined that both the service providers and service beneficiaries those who obtain the service have security concerns, although it varies from consumer to consumer.

Keywords: Collaborative Consumption, Qualitative Research, Sharing Economy, Journey Sharing, Blablacar

Çalışma, Volkan Çağlar Yıldırım'ın Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde kabul edilen İşbirlikçi Tüketime Katılımın Sağlayıcı ve Yararlanıcı Yönünden Anlamı Çerçevesinde Motivasyon ve Engelleri isimli Yüksek Lisans Tezinden geliştirilmiştir.

Katılım Bankacılığında İlişkisel Pazarlama Dinamiği

Phd. Cand. Enes KOÇOĞLU

Corporate Portfolio Director, Turkish Real Estate Participation Bank
enes-kocoglu@hotmail.com
Orcid: 0000-0002-7137-5323

Assoc. Prof. Dr. Süreyya KARSU

Bolu Abant İzzet Baysal University
karsu_s@ibu.edu.tr
Orcid:0000-0002-2724-7420

Prof. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU

Bolu Abant İzzet Baysal University
velioglu_m@ibu.edu.tr
Orcid:0000-0002-8238-9480

ÖZET

Kelime kökeni İtalyanca dilinde masa, düzen ve tezgâh anlamındaki banco kelimesine dayanan bankanın, katılım bankacılığı temelinde ilk uygulaması Nasr döneminde Mısır Arap Cumhuriyeti'nde gelişir (Sümer ve Onan, 2015:298). Faizsiz bankacılık ya da İslam bankacılığı kavramları çerçevesinde 1960'lı yıllardan itibaren dünyada faaliyetlerini sürdürmeye başlayan katılım bankaları, ülkemizde ilk kez 1985 yılında, Özel Finans Kurumu adı ile kurulur. Özel Finans Kurumları, ülkemizde, 2006 yılından sonra 5411 sayılı kanun ile Katılım Bankası ismini alır. Katılım, kâr ve zarara katılım esasına dayalı sistemi; banka finansal kimlik ve statüyü temsil eder (Eskici 2007:4-5; Özsoy 2012:8). Ülkemizde bugün faaliyet gösteren üç adet kamuya, üç adet özel sektöre ait olmak üzere altı katılım bankası bulunur (Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2020).

Katılım bankacılığı sektörü, aktif hizmet performansını geliştirmek, rekabette stratejik güçler içinde olan müşteri memnuniyetini, sadakatini sağlamak ve geliştirmek üzere müşterileriyle gelişen ilişkilerine ve etkileşimlerine yüksek değer verir. İlişkiler ağlar ve etkileşimler bütünü bağlamında değerlendirildiği ilişkisel pazarlama yaklaşımı (Gummesson 1997:270) karşılıklı etkileşim, sorumluluk, güven, ortak fayda, müşteri ile iletişim, bilgi paylaşımı (Malley ve Prothero 2004:1286), müşteri ihtiyaç ve isteklerini karşılamaya yönelik değerlerin sunulması, müşterilerin elde tutulması çabalarına dayanır. Berry (1983) tarafından literatüre kazandırılan ilişkisel pazarlama yaklaşımında stratejik ağ rekabeti (Hunt, Arnett ve Madhavaram 2006:74) yegâne değeri, müşteri ilişkilerinin cazibeli hale getirilmesi, ilişkilerin sürdürülmesi ve geliştirmesi (Zineldin, 2000:10) olarak ifade edilir. Güven, iletişim, uzmanlık-yetkinlik, hizmet kalitesi ve müşteri sadakati kavramları ilişkisel pazarlama çalışmalarının temel bileşenleridir.

İlgili çalışmanın amacı katılım bankacılığında ilişkisel pazarlama bileşenlerinin müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerine etkilerini incelenmek; pazarlama literatürüne ve katılım bankacılığı sektörüne katkıda bulunmaktır. Türkiye'de hizmet sunan bir katılım bankasının Samsun ilindeki dört şubesinin 373 mevcut müşterisinden, 19 Kasım 2018 – 25 Ocak 2019 tarihleri arasındaki katılımı ile gerçekleşen araştırma türü nicel araştırma yöntemlerinden tanımlayıcı nitelikte neden-sonuç araştırmasıdır. Veri, yüz yüze anket ile toplanarak SPSS programında çoklu regresyon ile analiz edilmiştir. KMO değeri 0,869; değişkenlerin yedi faktör altında toplandığı ve tüm faktörlere ayrı ayrı güvenilirlik testi uygulanan çalışmada, tüm faktörler kullanılabilir düzeyde güvenilir çıkmış; faktörlerin toplam varyansı açıklama gücü yüzde 70,848 olarak belirlenmiştir. Araştırmanın modelinde personele duyulan güven, personelin uzmanlığı, personelin iletişimi, personel etkileşimi, katılım bankasına duyulan güven, katılım bankası hizmet kalitesi, katılım bankası niteliği bağımsız değişkenlerinin, müşteri memnuniyeti bağımlı değişkenine etkisi değerlendirilmiştir. Katılımcıların; personel uzmanlığı, katılım bankasına olan güven, katılım bankasının hizmet kalitesi ve katılım bankasının niteliği başlıklarına duydukları olumlu duyguların katılım bankasına olan memnuniyetlerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Katılım Bankacılığı, Faizsiz Bankacılık, İslami Bankacılık, İlişkisel Pazarlama, Müşteri Sadakati, Nicel Araştırma, Neden-Sonuç Araştırması

Relationship Marketing Dynamics in Participation Banking

ABSTRACT

The origin of the bank word is based on the Italian banc word that means table, order and bank. The first practice of participation banking develops in the Arab Republic of Egypt during the Nasr period (Sümer and Onan,

2015:298). Participation banks start to operate in the world since the 1960s within the framework of interest-free banking and/or Islamic banking concepts. In 1985, for the first time in Turkey, established on the behalf of Special Finance Institutions name. And after 2006, in Turkey, it takes the name of Participation Bank with the law number 5411. Participation refers to the system based on participation in profit and loss and bank refers to financial identity and status (Eskici, 2007:4-5; Özsoy, 2012:8). There are six participation banks, three of which are owned by the public and three by the private sector, operating in our country today (Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2020).

Participation banking sector places a high value on developing relationships and interactions with its customers in order to improve its active service performance, to ensure and develop customer satisfaction and loyalty, which are in strategic forces in competition. And in the relational marketing approach, relationships are evaluated in the context of networks and interactions (Gummesson 1997:270). And beside these, relationship marketing is based on mutual interaction, responsibility, trust, common benefit, communication with customers, information sharing (Malley and Prothero 2004:1286) presenting values to meet customer needs and requests, and retaining customers. The unique value of strategic network competition (Hunt, Arnett and Madhavaram 2006:74) in relationship marketing approach, which has been introduced to the literature by Berry (1983), is defined as making customer relationships attractive, maintaining and developing relationships (Zineldin, 2000: 10). Concepts of trust, communication, expertise-competence, service quality and customer loyalty are the basic components of relationship marketing studies.

The aim of this study is to examine the effects of relational marketing components on customer satisfaction and loyalty in participation banking; and to contribute the marketing literature and participation banking sector. Research was conducted in November 19, 2018 –January 25, 2019 with 373 participants, who are the customers of a participation bank, 4 branches, placed in Samsun city, Turkey. Research is based on quantitative research as cause-and-effect type and the data was collected with face to face. It was analyzed by multiple regression in the SPSS program. KMO value was found as 0,869 and the variables were gathered in seven factors and by applying reliability tests to all factors separately, it was determined that all factors were reliable enough to be used in the study. Explanatory power of the factors for the total variance was determined as 70,848%. In the model of the research, the effects of the independent variables of trust in personnel, expertise of personnel, communication of personnel, personnel interaction, trust in the participation bank, participation bank service quality, and participation bank quality on the dependent variable of customer satisfaction were evaluated. It was determined that the positive feelings of the participants regarding personnel expertise, trust in the participation bank, service quality of the participation bank and the quality of the participation bank positively affect their satisfaction with the participation bank.

Keywords: Participation Banking, Interest-Free Banking, Islamic Banking, Relationship Marketing, Customer Loyalty, Quantitative Research, Cause-and-Effect Research

Çalışma, Enes Koçoğlu'nun Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde kabul edilen Katılım Bankacılığında Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati Yönünden İlişkisel Pazarlama Öğeleri isimli Yüksek Lisans Tezinden geliştirilmiştir.

Openeng Time 09:00 (GMT +3)



International CEO

(Communication, Economics, Organization)

Social Sciences Congress

18-20 December 2020 Gorazde/ Bosnia Herzegovina

www.ceocongress.org

CONGRESS PROGRAM

With the participation and contributions of academics from **29 countries**: Afghanistan, Argentina, Albania, Azerbaijan, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Indonesia, Morocco, Philippines, Georgia, India, Italy, Japan, Kazakhstan, Turkish Republic of Northern Cyprus, Kyrgyzstan, Colombia, Kosovo, Macedonia, Nigeria, Uzbekistan, Pakistan, Poland, Serbia, Saudi Arabia, Chile, Turkey, UK, New Zeland.

Presentations will be in **Turkish & English**

There are 3 virtual conference rooms. You can see the session links below:

Gorazde: <https://rahisys.zoom.us/j/8568980123>

Sarajevo: <https://us02web.zoom.us/j/2847172351>

Mostar: rahisys.zoom.us/j/3556215463

OPENING CEREMONY

Friday 18 December 2020 09:00-10:00	Opening Speeches (in Turkish) Assoc.Prof.Dr. Mohammed ABUBAKAR , Coordinator Prof.Dr. Himmet KARADAL , Chair Assoc.Prof.Dr. M.Naci EFE , Co-Chair Gökhan ERZURUMLUOĞLU , Regional Sales Manager, Zoom Rahi Systems Edina BRUTUS , Founder, International University of Gorazde, Bosnia Herzegovina Dr.Bilal SUCUBAŞI , Makedonia Halk Bank General Manager, N.Makedonia Prof. Dr. Nihat ALAYOĞLU , Istanbul Chamber of Commerce Prof.Dr. Fadıl HOCA , Rector, International Vision University, Gostivar/ N.Macedonia Prof.Dr. Necmettin ATSÜ , Rector, İstanbul Kent University Dr.Akhmetov Berik Bakhytzhonovich , Rector, Yessenov University, Kazakhstan Prof.Dr. Mustafa ALIŞARLI , Rector, Bolu Abant İzzet Baysal University Evren DİNÇER , Mayor of Aksaray/ Turkey Turkish Music Recital: Soloist: Asst.Prof.Dr. Ayçin ÖNER , Ankara HBV University Oud: Asst.Prof.Dr. Ali Kerim ÖNER , Ankara HBV University 1. Hicaz Türkü, " Yeşil gözlerini ufkuma ger ki ", Beste: Sadettin Kaynak 2. Hicaz Tango, " Bir çapkına yangınım ", Beste: Kadri Cerrahoğlu 3. Hicaz Şarkı, " Değdi saçlarıma bahar gülleri ", Beste: Bekirof
--	---

Note: CEO congress sessions are to be recorded in accordance to the General Data Protection Regulation (GDPR) and KİŞİSEL VERİLERİN KORUNMASI KANUNU (KVKK). By joining the congress sessions, you automatically consent to such recordings. If you do not consent to being recorded, discuss your concerns with the host or do not join the congress sessions.

Opening Session: “Post Covid-19 Era: New Normalcy” (in English)

<p>Friday 18 December 2020</p> <p>11:00-12:00</p>	<p>Moderator: Prof.Dr. MUSTAFA TÜMER & Assoc.Prof.Dr.MOHAMMED ABUBAKAR</p> <p>Prof.Dr.HÜSEYİN ARASLI, University of Stavanger, Norway</p> <p>Prof. Dr. MUHAMMAD SHAHBAZ, University of Cambridge, UK</p> <p>Prof. Dr. Hernán E. Gil FORLEO, University of Buenos Aires, Argentina</p> <p>Assoc.Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY, University of Suffolk, UK</p> <p>Assoc.Prof. Dr. Erdoğan EKİZ, Mohammed VI Polytechnic University, Morocco</p> <p>Assoc.Prof.Dr. Veclal GÜNDÜZ, Bahçeşehir Cyprus University</p> <p>Assoc.Prof. Dr. Azer DILANCHIEV, International Black Sea University, Georgia</p> <p>Assoc.Prof.Dr. Elira TURDUBAEVA, American University of Central Asia, Kirghizistan</p> <p>Assoc.Prof.Dr. Soner YILDIRIM, University of Prizren, Kosovo</p> <p>Dr. Siham EL-KAFAFİ, Director of Arrows Research Consultancy, New Zealand</p>
--	--

18 December 2020, Friday - SESSIONS & MODERATORS

Time	Gorazde Sessions	Sarajevo Sessions	Mostar Sessions
09:00-10:00	Opening Speeches Assoc.Prof.Dr. MOHAMMED ABUBAKAR	-	-
11:00-12:00	Opening Session Prof.Dr. MUSTAFA TÜMER Assoc.Prof.Dr. MOHAMMED ABUBAKAR	-	-
13:00-14:30	Entrepreneurship Session 1 Prof. Dr. Göksel ATAMAN Asst.Prof.Dr. Duygu HIDIROĞLU	Marketing Session 1 Assoc.Prof.Dr. Banu HÜLÜR Dr. Kemal EKER	Administration Session 2 Prof.Dr. Hernán E.Gil FORLEO Asst.Prof.Dr. Polat YÜCEKAYA
14:30-16:00	Entrepreneurship Session 2 Prof. Dr. Birol MERCAN Asst. Prof. Dr. Mustafa GÖMLEKSİZ	Marketing Session 2 Prof.Dr. Alba DUMI Asst.Prof.Dr. Nihat TAVŞAN	Administration Session 3 Assoc.Prof.Dr. Gülbeniz AKDUMAN Dr. Mehmet KAPLAN
16:00-17:30	International Relations Assoc.Prof.Dr. Murteza HASANOĞLU Assoc.Prof.Dr. Elnur Hasan MIKAIL	Marketing Session 3 Assoc.Prof.Dr. Burhan SAYILIR Asst.Prof.Dr. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL	Administration Session 4 Prof.Dr. Ahmet ERGÜLEN Asst.Prof. Dr. Berat AKINCI
17:30-19:00	Economics Session 1 Prof.Dr. Samettin GÜNDÜZ Asst. Prof. Dr. Rabia Aktaş ŞENKARDEŞLER	Marketing Session 4 Prof.Dr. Asım SALDAMLI Asst. Prof.Dr. Pınar Gökçin ÖZUYAR	Administration Session 5 Prof.Dr. Fatma NUR İPLİK Asst.Prof.Dr. Leyla İÇERLİ

19 December 2020, Saturday - SESSIONS & MODERATORS

Time	Gorazde Sessions	Sarajevo Sessions	Mostar Sessions
09:00-10:30	Covid 19 Session 1 Assoc.Prof.Dr.Veclal GÜNDÜZ Dr. Dababrata CHOWDHURY	Economics Session 3 Prof. Dr. Seyit KÖSE Asst. Prof. Dr.Mehmet ALTUNTAŞ	Administration Session 6 Assoc.Prof.Dr. Mine HALİS Asst.Prof.Dr.Özgür ÇARK
10:30-12:00	Research Methods Workshop Prof.Dr. Şevki ÖZGENER Prof.Dr. Remzi ALTUNIŞIK Assoc.Prof.Dr. Mohammed ABUBAKAR Asst. Prof. Dr.Gözde MERT	Administration Session 1 Assoc.Prof.Dr. Muhammet SAYGIN Assoc.Prof.Dr. M.Halit YILDIRIM	
13:00-14:30	Covid 19 Session 2 Prof Dr. Alba DUMI Assoc.Prof.Dr.Erdal ŞEN	Economics Session 4 Prof. Dr.Haşim AKÇA Assoc.Prof.Dr.Mustafa Hakkı AYDOĞDU	Administration Session 7 Prof.Dr. Muhsin HALİS Assoc.Prof.Dr. Ali CAN
14:30-16:00	Covid 19 Session 3 Prof.Dr.Recep YÜCEL Dr.Nasiye Çiğdem ULUÇ	Economics Session 5 Prof.Dr.Youssef EL AZYZY Assoc.Prof.Dr.Erdogan EKIZ	Administration Session 8 Assoc.Prof.Dr. Savaş S. ATEŞ Asst.Prof.Dr. Ebru ERTÜRK
16:00-17:30	Communication Session Prof. Dr. Himmet HÜLÜR Dr. Hüsamettin AKAR	Economics Session 6 Prof.Dr. Tea KBILTSETSKHLASHVILI Assoc.Prof.Dr. Süreyya KARSU	Administration Session 9 Prof.Dr. Şevki ÖZGENER Assoc.Prof.Dr.Ali ÇİÇEK
17:30-19:00	Closing Session Prof.Dr. Şevki ÖZGENER Assoc.Prof.Dr. Mohammed ABUBAKAR		Economics Session 2 Asst. Prof.Dr. Bülent DEMİR Dr. Gözde GÜRGÜN

GORAZDE SESSIONS Friday, 18 December 2020

Gorazde Session	https://rahisys.zoom.us/j/8568980123		
18 December 2020	13:00-14:30	Moderator	Prof. Dr. Göksel ATAMAN Asst. Prof. Dr. Duygu HIDIROĞLU
Entrepreneurship Session 1			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kırsal Kesimlerde Kadın Girişimciliği: KKTC Örneği - Dr. Güzhan GÜLAY, Burak ERKUT, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ 2. Açık İnovasyon Uygulamaları Üzerine Bir Çalışma - Ayşe Nur AYAS 3. Menkul Kıymetler Borsası Düzenlemeleri ve Girişimcilik - Asst. Prof. Dr. Duygu HIDIROĞLU 4. Üniversite Öğrencilerinin Liderlik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr. POLAT YÜCEKAYA 5. Girişimcilikte Fonlama Sorununa Yeni Bir Çözüm Önerisi: Kitleli Fonlamanın Olumlu ve Olumsuz Yönleri Üzerine Bir İnceleme – Lecturer Artür Yetvart MUMCU, Prof. Dr. Göksel ATAMAN 6. Dünyada ve Türkiye'de Başlıca Sosyal Girişimcilik Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma - Tuğba SÖNAL, CANAN AKSOY 7. Grupsal Polis Sapmasına Karşı Grupsal Polis Bütünlüğü Perspektifinden Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Polis Örgütü Üzerine Nicel Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr. Osman KAYABAŞI 8. Polis Örgütlerinin Örgütsel Polis Bütünlüğü Düzeyleri Üzerine Uluslararası Boyutta Karşılaştırmalı Bir Bakış - Asst. Prof. Dr. Osman KAYABAŞI 			

Gorazde Session	https://rahisys.zoom.us/j/8568980123		
18 December 2020 Entrepreneurship Session 2	14:30-16:00	Moderator	Asst. Prof. Dr. Mustafa GÖMLEKSİZ Ms. Camila BARRAGÁN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Barriers to Innovation: A Brief Review at the Firm Level - Asst. Prof. Dr. Mustafa GÖMLEKSİZ 2. The Innovation and Employment Nexus: Empirical Evidence from Lationamerica - Ms. Camila Barragán Julián Andres Díaz TAUTIVA, Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere 3. Entrepreneurial Opportunity Through Use of Earth-Worm Based Manure in India: An Exploratory Study - Asst. Prof. Dr. Analjyoti Basu 4. Social Entrepreneurship and Sustainable Perfomance of Non Governmental Organizations (NGO) in Nigeria - Prof. Dr. Muhammad Sanusi MAGAJI 5. The Cultural Determinants of Entrepreneurship: Evidence from the GLOBE Project - Ms. Camila Barragán Julián Andres Díaz TAUTIVA, Mr. Luigi Pio Leonardo Cavaliere 6. Financial Literacy and Affordable Credit on the Performance of Agricultural Entrepreneur in Northern Nigeria: Paradigm Shift in Islamic Perspectives - Abubakar Ado ADAMU, Nasiru ABDULLAHI, Mohammed Aliyu DANTSOHO, Yazeed MUHAMMED, Aliyu Audu GEMU, Abdullahi Hamid ZAKARI 			

Gorazde Session	https://rahisys.zoom.us/j/8568980123		
18 December 2020 International Relations	16:00-17:30	Moderator	Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU Assoc. Prof. Dr. Elnur Hasan MIKAIL
<ol style="list-style-type: none"> 1. Azerbaijan - Turkey Relations: Main Dynamics in Bilateral Relations and Strategic Alliance Aspect - Assoc. Prof. Dr. Murteza HASANOĞLU 2. Kazakhstan, Shining Star of Geography of Central Asia in the 21st Century: Independence Process with Turkey and Emphasis on Petroleum Economics - Assoc. Prof. Dr. Elnur Hasan MIKAIL, Asst. Prof. Dr. Hakan ÇORA 3. Rusya Federasyonu'nda Bürokrasi - Asst. Prof. Dr. Bakko Mehmet BOZASLAN 4. Azerbaycan'ın nakliye ve lojistik sistemindeki beklentileri - Matanat RASULOVA 5. Rusya'nın Ermenistan-Azerbaycan Dağlık Karabağ Münakaşa Çözümüne Katılımı - Assoc. Prof. Dr. Leman QARAYEVA 6. Azerbaijan-Turkey Military-Strategic Cooperation in the Context of Regional Security - Assoc. Prof. Dr. Nafila RAHİMOVA 7. GIS Analysis of the Azerbaijani Lands Occupied by the Armenian Armed Forces (Goranboy Administrative District) - Assoc. Prof. PhD Zaur IMRANI, Prof. PhD Elshan HASHIMOV, Prof. ScD Azad BAYRAMOV, Assoc. Prof. PhD Natavan DJAFAROVA 			

Gorazde Session	https://rahisys.zoom.us/j/8568980123		
18 December 2020 Economics Session 1	17:30-19:00	Moderator	Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ Asst. Prof. Dr. Rabia Aktaş ŞENKARDEŞLER
<ol style="list-style-type: none"> 1. The Impact of OECD Countries' Export Performance on Economic Growth: Panel Data Analysis for the Period 2006-2019 - Asst. Prof. Dr. Rabia Aktaş ŞENKARDEŞLER 2. Developing a Protective - Preventive and Machine Learning Based Model on Child Abuse - Fatih Mert, Assoc. Prof. Dr. Muhammed Ali AYDIN, Prof. Dr. Abdül Halim ZAİM 3. International Qualification of the Qualified Trader in Commercial Law – Assoc. Prof. Dr. Murat BİLGİN 4. The Impact of IFRS Adoption as Control Variable on the Stock Market-Growth Nexus: Model Countries Germany and Poland - Assoc. Prof. Dr. Ergin AKALPLER, Asst. Prof. Dr. Hariem ABDULLAH 5. Monetary Policy and Capital Flow Implications on Economic Growth in BRICS Countries - Assoc. Prof. Dr. Ergin AKALPLER 			

6. On the Systematic Approach to Updating the Intellectual Factor of the Innovation Economy -
Asst. Prof. Dr. G.B. BERMUKHAMEDOVA, Sutbayeva RAIKHAN, Alshyorazova AKNURUMIT

GORAZDE SESSIONS

Saturday, 19 December 2020

Gorazde Session	https://rahisys.zoom.us/j/8568980123		
19 December 2020 Covid-19 Session 1	09:00- 10:30	Moderator	Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ Dr. Dababrata CHOWDHURY
<ol style="list-style-type: none"> 1. Impact of Global Pandemics on The Banking System with a Focus on COVID 19 in Kosovo - Prof. Asst. Dr. Luan VARDARI 2. Managing Healthcare Organizational Change During Uncertainty Perspective of Covid-19: Managing Perceptions Through Effective Communication – Asst. Prof. Dr. Ali AHMAD, PhD. Cand. Kerim KARADAL, Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY 3. Covid 19 Pandemisi'nin İran'ın Kentsel Yaşamına Etkisi: Olağan Alışveriş Kentlerinden Kriz Kentlerine Dönüşümün Kısa Hikâyesi PhD. Cand. Mortaza CHAYCHI SEMSARI, Assoc. Prof. Dr. Sevim BUDAK 4. Effects of COVID-19 on the Banking Sector in Bulgaria –Assoc. Prof. Dr. Kamelia ASSENOVA 5. Effects of COVID-19 Outbreak on Higher Education in the Philippines: Obstacles, Opportunités, and Threats - Asst. Prof. Dr. MACARIO G. GAYETA 6. Pandemi Sürecinde Kaos Kuramı Çerçevesinde Müzik Eğitimi Analizi – Ayşe Soykara GÜLSEVEN, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ 			

Gorazde Session	https://rahisys.zoom.us/j/8568980123		
19 December 2020 WORKSHOP: Research Methods	10:30- 12:00	Moderator	Prof.Dr. Şevki ÖZGENER Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
<p>Prof.Dr. Remzi ALTUNIŞIK, Sakarya University "Ölçek geliştirme süreçleri üzerine bir değerlendirme"</p> <p>Assoc.Prof.Dr. Mohammed ABUBAKAR, Antalya Science University "SmartPLS Veri Analiz Programı hakkında bir değerlendirme"</p> <p>Asst. Prof. Dr.Gözde MERT, İstanbul Nişantaşı University "Akademik çalışma yazım teknikleri üzerine bir değerlendirme"</p>			

Gorazde Session	https://rahisys.zoom.us/j/8568980123		
19 December 2020 Covid-19 Session 2	13:00-14:30	Moderator	Prof Dr. Alba DUMI Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Albania in Focus of Law and High Standards of Democracy Under EU Recommendations - Prof Dr. Alba DUMI, Artan MADANI 2. Pandemic Challenges and Change in Governance Between Japan and Bangladesh – Lecturer PhD. Cand. Mashraky MUSTARY 3. Türkiyede; Covid 19 Sonrası Turizm Sektörü ve Spor Turizmine Yansımaları - Asst.Prof. Dr. H. Neyir TEKELİ, Assoc. Prof. Dr. Suna Mugan ERTUGRAL 4. Pandemi Sürecinde Dijitalleşme ve Muhasebe - Asst. Prof. Dr. Pınar DALOĞLU 5. Neuroscience, Mental Health and Senism in the Post-COVID-19 Era - Assoc. Prof. Dr. Erdal ŞEN, Nour El Hoda TARABAH 6. İktisat Disiplininde Kurumların Kavramsallaştırılması Üzerine Metodolojik Bir Analiz – Asst. Prof. Dr. Yahya Can DURA 			

Gorazde Session	https://rahisys.zoom.us/j/8568980123		
19 December 2020 Covid-19 Session 3	14:30-16:00	Moderator	Prof.Dr.Recep YÜCEL Dr.Nasiye Çiğdem ULUÇ
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pandemi Sürecinde Muhasebe Meslek Mensuplarının Mesleki Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi - Assoc. Prof. Dr. Ayşe Nur Buyruk Akbaba, Asst. Prof. Dr. Nurcan BULUT 2. Pandemi Sürecinde Yeni Normal (Yönetim, Üretim ve Pazarlamada Değişen Trendler) - Asst. Prof. Dr. Cihat KARTAL, Asst. Prof. Dr. Esma Ebru ŞENTÜRK, Prof.Dr.Recep YÜCEL 3. Covid-19 Aşı Çalışmalarının Altın Fiyatlarına Etkisinin Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi - Asst. Prof. Dr. Çağrı HAMURCU 4. Increasing Power of Digital Technologies Covid-19 Impact Accelerating Dynamics of E-Commerce – Dr. Nasiye Çiğdem ULUÇ 5. COVID-19 Pandemi Sürecinde Bilgi Arama İhtiyacı Nasıl Karşılandı? (Türk Gazetelerinin Kurumsal Instagram Hesaplarındaki Covid-19 Haberlerine Yönelik İçerik Analizi) - Assoc. Prof. Dr. Ayşen TEMEL EĞİNLİ, Res. Asst. Neslihan ÖZMELEK TAŞ 6. The Scientific Context of Internationalization Engrossed the Human Values: An Analysis of The Basic Human Rights' Violation - Ms. BAKHTAWAR TALPUR, Asst. Prof. Dr. SIRAJ NIZAMANI 			

Gorazde Session	https://rahisys.zoom.us/j/8568980123		
19 December 2020 Communication Session	16:00-17:30	Moderator	Prof. Dr. Himmet HÜLÜR Asst. Prof. Dr. Hüsamettin AKAR
<ol style="list-style-type: none"> 1. 1950-1960 Dönemi Kurtuluş Savaşı Film Afişlerinde Bayrak – Dr. Gökçe MARŞAP 2. Tüketim Kalıplarının Genç Gruplar Üzerindeki Etkisi Res. Asst. Kamile ELMASOGLU, Prof. Dr. Himmet HÜLÜR 3. Tüketim Kalıplarının Kimlik Oluşumunda Rolü Prof. Dr. Himmet HÜLÜR, Res. Asst. Kamile ELMASOGLU 4. Kişilerarası İletişim Sürecinde Kendini Açma Davranışı ve Özsaygı Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma Dr. Ebru ÇİTİL, Assoc. Prof. Dr. Ayşen TEMEL EĞİNLİ 5. Halkla İlişkiler Ajanslarının Web Sayfalarına Yönelik Bir İnceleme Asst. Prof. Dr. Hüsamettin AKAR 6. İşletme Yönetiminde Dijital İletişim ve İş Dünyasıyla Nasıl Bağlantılı Olduğu Dr. Pelin ÖZKUZEY 			

SARAJEVO SESSIONS
Friday, 18 December 2020

Sarajevo Session	https://us02web.zoom.us/j/2847172351		
18 December 2020	13:00-14:30	Moderator	Assoc.Prof.Dr.Banu HÜLÜR Dr. Kemal EKER
Marketing Session 1			
<ol style="list-style-type: none">1. Introducing Positive Communication - Mr. Abdulatif Hajjismael AHMED2. Reklamalarda İntak ve Teşhis Söz Sanatlarının Kullanılması - Assoc. Prof. Dr. A. Banu HÜLÜR3. Banner Reklamlarındaki Bilgilendirici Metnin ve İnsan Görselinin Tüketici Üzerindeki Etkisi: Faydacı ve Hazcı Ürün Karşılaştırması: Bir Göz İzleme Analizi - Ezgi DELEN4. Türkiye’de Z Kuşağının Siyasi Kanaatinin Oluşumunda Medyanın Rolü - Asst. Prof. Dr. Uğur ORAL5. Siyasal İletişimde Görgü ve Protokol Kurallarının Önemi - Asst. Prof. Dr. Uğur ORAL6. KOBİ’lerde Girişimsel Pazarlama Perspektifinden Pazarlama Karması - Inst. Doğu Kayışkan, Prof Dr. Engin ÖZGÜL7. Büyük Veri ve Sosyal Ağ Analizi - Lecturer Fehmi Skender, Lecturer Ilker ALİ			

Sarajevo Session	https://us02web.zoom.us/j/2847172351		
18 December 2020	14:30-16:00	Moderator	Prof.Dr. Alba DUMI Asst.Prof.Dr. Nihat TAVŞAN
Marketing Session 2			
<ol style="list-style-type: none">1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk(KSS) Teorileri Ne Kadar Etik? KSS Uygulamalarına Süreç- Çıktı Merkezli Bakış - Mustafa Asım ŞİMŞEK2. Kişilik Özelliklerinin Hizmet Kalitesi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama - PhD. Cand. Murat ER, Assoc. Prof. Dr. Yusuf Volkan TOPUZ3. Müşteri İlişkileri Yönetimi Çalışmalarının Müşteri Satın Alma Niyeti ve Müşteri Devamlılığına Olan Etkisi - Asst.Prof.Dr. Nihat TAVŞAN, Asst.Prof.Dr.Cem DURAN4. How Emotional Intelligence Curtails Occupational Stress: The Case of Tertiary Educators - Asst.Prof. Dr. Siham EL-KAFABI5. Responsibilities in Society and Corporate Roles in Focus of Respective Ethical Rules - Asst. Prof. Dr. Gerti DAJÇI, Prof. Dr. Alba DUMI6. Irregularity vs Regularity: The Perception of Sub-Saharan Migrants of the Impact of Regularization - Asst. Prof. Dr. Nadia ELAMRI			

Sarajevo Session	https://us02web.zoom.us/j/2847172351		
18 December 2020	16:00-17:30	Moderator	Assoc.Prof.Dr. Burhan SAYILIR Asst.Prof.Dr.Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL
Marketing Session 3			
<ol style="list-style-type: none">1. Yeşil Pazarlama ve Yeşil Muhasebe Alanında Yapılan Akademik Çalışmalar Üzerine Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL, Dr. Aybüke YALÇIN2. Yenilenebilir Enerji Yatırımlarının Finansmanında Yeşil Tahvil İhracı: Türkiye Örneği - Asst. Prof. Dr. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL, Assoc. Prof. Dr. Betül ALTAY TOPCU3. Temiz ve Güzel Yarınlar İçin: Yeşil Pazarlama - Asst. Prof. Dr. Vedat ULUSOY4. Çocukların Ebeveynleri Üzerindeki Satın Aldırma Güçleri: Teknoloji Ürünleri Açısından Bir Değerlendirme - Asst. Prof. Dr. Vedat ULUSOY5. Hizmet Sektöründe Kalite Değeri Yüksek Firmaların Yeşil Pazarlamayı Uygulama Biçimleri - Ebru MERT6. Şahindere Sargıyerinde Medfun Mülazım-I Sani Mustafa Efendi’nin Şehadeti ve 30. Piyade Alayı’nın Eylül Ayı Harekâtı - Assoc. Prof. Dr. Burhan SAYILIR			

Sarajevo Session		https://us02web.zoom.us/j/2847172351	
18 December 2020	17:30-19:00	Moderator	Prof.Dr.Asım SALDAMLI Asst. Prof.Dr.Pınar Gökçin ÖZUYAR
Marketing Session 4			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Relationship Marketing Strategies Applied in Maritime Logistics Industry - Res. Asst. Resul TEPE 2. X ve Y Kuşaklarının Katılım Bankacılığına Yönelik Algıları - PhD. Cand. Murat ER, Lecturer, PhD Cand. Hülya ER, Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK 3. The Impact of the Decline in Crude Oil Price on Dirty Tanker Freight: A Price Bubble Approach - Res. Asst. Dr. Abdullah AÇIK 4. Bankacılık ve Sigortacılık Sektöründe Siber Riskler: Güncel Uygulamalar - Asst. Prof. Dr. İskender DEMİRBİLEK, PhD. Cand. Saim TAŞ 5. Customer Churn Prediction in Telecommunication with Boosting Algorithms - Dr. Ezgi NAZMAN 6. İş Dünyasının Kurumsal Sosyal Sürdürülebilirlik Yaklaşımı; Türkiye Göstergeleri - Asst. Prof. Dr. Pınar Gökçin ÖZUYAR 			

SARAJEVO SESSIONS

Saturday, 19 December 2020

Sarajevo Session		https://us02web.zoom.us/j/2847172351	
19 December 2020	09:00-10:30	Moderator	Prof. Dr. Seyit KÖSE Asst. Prof. Dr. Mehmet ALTUNTAŞ
Economics Session 3			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tarihsel Süreçte Dünyada ve Türkiye’de Reklamcılık Eğitimi - Dr. Kemal EKER 2. Does the Employment of Women Cause Them to Participate in the Labor Force Across the Turkish Regions? - Prof. Dr. Seyit KÖSE 3. İnfomal Cepten Sağlık Harcamalarında Hakkaniyet: İstanbul Örneği - Asst. Prof. Dr. Mustafa NARCI, Prof. Dr. Hacer ÖZGEN NARCI, Asst. Prof. Dr. Zeliha GÖRMEZ Öykü Naz BARTU KAVAS, Asst. Prof. Dr. Gülhan KALMUK 4. Eser Sahibinin Manevî Haklarından Eseri Kamuya Sunma/Sunmama Hakkı - PhD: Cand. Fatmira MULAJ 5. Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdama Olan Etkisi: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Ekonometrik Analiz - Asst. Prof. Dr. Mehmet ALTUNTAŞ, Res. Asst. Sümeyya ALTUNTAŞ 6. Türkiye’de İMKB İndeksi ve Döviz Kuru Arasındaki Dinamik İlişkinin İtakura Uzaklık Yöntemi ile Belirlenmesi - Assoc. Prof. Dr. Levent ÖZBEK, Dr. Ümit KOÇ 			

Sarajevo Session		https://us02web.zoom.us/j/2847172351	
19 December 2020	10:30-12:00	Moderator	Assoc.Prof.Dr. Muhammet SAYGIN Assoc.Prof.Dr. M.Halit YILDIRIM
Administration Session 1			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Staff Motivation Techniques - Prof. Dr. Vance BOJKOV, Marieta GOCEVA 2. An Exploratory Study of the Teachers’ Awareness Regarding Dyspraxia at Secondary Level: A Study on Education Sector of Pakistan - Iqra AKRAM 3. State Constitutional Control - Khatai SALMANOV 4. Genetic Variability, Association and Diversity Study Among the Sunflower Genotypes at Seedling Stage Based on Different Morpho-Physiological Parameters Under Polyethylene Glycol Induced Stress - Uzma AYZAZ 5. The Hydro-Political History of the First Indo-Nepal Koshi River Agreement (1954) - Souvik DASGUPTA 			

6. The Impact of Workplace Politeness on Employee Social Loafing Behavior and the Intention to Leave Work - **Luigi Pio Leonardo CAVALIERE, PhD. Can. Kerim KARADAL, PhD. Can. İlhan ALYAY**

Sarajevo Session		https://us02web.zoom.us/j/2847172351	
19 December 2020 Economics Session 4	13:00-14:30	Moderator	Prof. Dr. Haşim AKÇA Assoc. Prof. Dr. Mustafa Hakkı AYDOĞDU
<ol style="list-style-type: none"> 1. Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Tarımsal Amaçlı Kullanımı ve Bu Teknolojilerin Yaygınlaşması Önündeki Engeller - Asst. Prof. Dr. Hasan ŞAHİN, Assoc. Prof. Dr. Mustafa Hakkı AYDOĞDU 2. Çevre Teknolojileri ve Gelir Eşitsizliğinin Karbon Emisyonu Üzerindeki Etkisi: MIST Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir Analiz - Asst. Prof. Dr. Müge MANGA 3. Kırsal Kalkınmada Yeni Çözüm Arayışlarında Kooperatifleşme: İnegöl İncelemesi - Asst. Prof. Dr. Mustafa ÖZYÜCEL 4. Otomobil Satışları Talep Tahmini İçin Yapay Sinir Ağları Uygulaması - Assoc. Prof. Dr. Gülşen AKMAN, Res. Asst. Ali İhsan BOYACI, Esat Bahadır ATAY, Ali Haydar SAYAR 5. The Impact of Branding on Marketing of Retail Banking and its Long-Term Effect on Customer Loyalty: A Case Study of BRAC Bank Dhaka, Bangladesh – Dr. Md Ruhul Amin SARDAR 6. Bir İletişim Aracı Olarak Hayat Ağacı Sembolü - Asst. Prof. Dr. Menekşe Şahin KARADAL, Instructor Fatma KÜÇÜK 			

Sarajevo Session		https://us02web.zoom.us/j/2847172351	
19 December 2020 Economics Session 5	14:30-16:00	Moderator	Prof. Dr. Youssef EL AZYZY Assoc. Prof. Dr. Erdogan EKIZ
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sustainable Tourism: Case of Ecotourism in the Moroccan High Atlas - Prof. Dr. Youssef EL AZYZY, Assoc. Prof. Dr. Erdogan EKIZ 2. A Multimethod Approach to Develop Future dietitians' Competences in Community-Based Practice - Assoc. Prof. Dr. Elham A. ALJAALY 3. Finalization of Value Added Tax Changes in Kosovo in Accordance with EU Law - MSc. (PhD Cand.) Simeana BESHI 4. Financial Health Analysis of PT Ciputra Development TBK According to Altman Z-Score in Period of 2015 – 2019 - Asst. Prof. Dr. Wiwiek Mardawiyah DARYANTO, Syifa Karina NOFYAN, Sanchia AMALIA 5. Evaluation of Quality of Experience on Management of Virtual Reality for Education and Science - Dr. Agil VALIYEV, Assoc. Prof. Dr. Gahira MAMMADOVA 6. US-China Bilateral Trade Tension Impact on Palm Oil Industry A Case Study: Dupont Approach to Financial Performance Analysis of PT Astra Agro Lestari, TBK - Asst. Prof. Dr. Wiwiek Mardawiyah Daryanto, Andi WIBOWO, Akhmad Kamaluddin JAFFAR 			

Sarajevo Session		https://us02web.zoom.us/j/2847172351	
19 December 2020 Economics Session 6	16:00-17:30	Moderator	Prof. Dr. Tea KBILTSETSKHLASHVILI Assoc. Prof. Dr. Süreyya KARSU
<ol style="list-style-type: none"> 1. The Comparative Analysis of Social Protection System in South Caucasus Region Countries - Assoc. Prof. Dr. Azer DILANCHIEV 2. Impact of Education on Muslim Women's Empowerment in Georgia- PhD Cand. Ayten MERDAN HAJIYEVA 3. E-Accounting Practices on Business Performance - Ahmed Eltweri, Mr. Luigi Pio Leonardo CAVALIERE, Asst. Prof. Dr. Alessio Faccia 			

4. Corporate Governance Lesson to be Learned From Developed Countries - **Ahmed Eltweri, Mr. Luigi Pio Leonardo CAVALIERE, Asst. Prof. Dr. Alessio Faccia**
5. The Effectiveness of Pension Fund Reform in Georgia - **Prof. Dr. Tea KBILTSETSKHLASHVILI**
6. Katılım Bankacılığında İlişkisel Pazarlama Dinamiği – **PhD. Cand. Enes KOÇOĞLU, Assoc. Prof. Dr. Süreyya KARSU, Prof. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU**
7. Blablacar İle İşbirlikçi Tüketime Katılım Yolculuğu - **PhD. Cand. Volkan Çağlar YILDIRAN, Prof. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU, Assoc.Prof.Dr.Süreyya KARSU**

MOSTAR SESSIONS

Friday, 18 December 2020

Mostar Session	rahisys.zoom.us/j/3556215463		
18 December 2020	13:00-	Moderator	Prof.Dr. Hernán E. Gil FORLEO
Administration Session 2	14:30		Asst.Prof.Dr.Polat YÜCEKAYA
<ol style="list-style-type: none"> 1. The Argentine’s Monetary Program at the Beginning of the XXI Century- Prof.Dr.Hernán E.Gil FORLEO 2. Urban Historiography of Medieval Rajasthan - Shabir Ahmad PUNZOO 3. A Study on Workaholics, Work Life Imbalance and Self-Determination Perspective of Female Constable in Coimbatore City - Asst.Prof.Dr. J. DEEPA, Assoc.Prof.Dr. S. KAVITHA, Asst.Prof.Dr. M. JAYAMALA, Asst. Prof. Dr. LAITHAMBIGAI 4. Medical Ethics in the Context of Globalization - Mrs. Shirin TOSHPOLATOVA 5. Kırgız Mutfak Kültürünün Yaşayan Efsanesi: Taş – Kordo - Asst. Prof. Dr. Gülmira SAMATOVA, Asst. Prof. Dr. Cemal İNCE, Lecturer Nadira TURGANBAEVA 			

Mostar Session	rahisys.zoom.us/j/3556215463		
18 December 2020	14:30-	Moderator	Assoc.Prof.Dr. Gülbeniz AKDUMAN
Administration Session 3	16:00		Dr. Mehmet KAPLAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vizyon ve Misyon İfadelerinin Stratejik Yönetim Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi: Türkiye’nin En Büyük 10 Kurumunda Bir Çözümleme - Assoc. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Assoc. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU, Asst. Prof. Dr. Çağlar PEHLİVAN 2. Onlar İçin Durmak Yok, Sürekli Çalışmak Var: Ev Temizliği Endüstrisindeki “Öteki Kadınlar” - Dr. Mehmet KAPLAN, Asst. Prof. Dr. Berna Turak KAPLAN 3. Impact of kashmir unrest on Elderly people in kashmir:A qualitative study - Shahida AKHTAR 4. Total Quality Management Practices in Public Sector - PhD. Seda ÇANKAYA KURNAZ 5. Toplu Taşıma-Hizmet Düzeyi ve Kentsel Planlama Çalışmaları: İzmir Merkez Kent Örneği – Asst. Prof. Dr. İrem Ayhan SELÇUK 6. Yeni Kırsal Yönetim Modelinde Cinsiyete Göre Görüş Farklılıklarının Değerlemesi - Prof. Dr. Mensur NUREDİN, PhD. Dilek DURAK, Ms. Nazife YAKUPOVA DOMAZET 			

Mostar Session	rahisys.zoom.us/j/3556215463		
18 December 2020	16:00-	Moderator	Prof.Dr. Ahmet ERGÜLEN
Administration Session 4	17:30		Asst.Prof. Dr. Berat AKINCI
<ol style="list-style-type: none"> 1. Türkiye, Büyükşehir Belediyeleri’nin Bütçe Değerlendirmesi için Bütünleşik Çok Kriterli Karar Verme Yaklaşımı - Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Assoc. Prof. Dr. Ahmet ÇALIK 2. Yerel Yönetimlerin Halkı Tanımaya Yönelik Halkla İlişkiler Uygulamaları; Doğu Karadeniz Belediyeler Birliği Örneği - Asst. Prof. Dr. Mevlüde Canan CAN 3. Mobbing Perception of Teachers and Academicians in Turkey: A Discriptive Analyse at Public Schools and Universities - Dr. Muhsin Kürşat TÜRKER 4. Kent Bellekleri Bağlamında Sayısal Arşiv Yönetiminin Sürdürülebilirliğinin Değerlendirilmesi - Asst. Prof. Dr. Sinan SÜMBÜL, Asst. Prof. Dr. Ceyhan GÜLER 			

5. Yeni Kamu İşletmeciliği Paradigmasında Kamu Özel Ortaklığı Modeli: Şehir Hastanelerinin Düalist Yönetmel Yapıları Üzerine Bir Değerlendirme - **Asst. Prof. Dr. Berat AKINCI**
6. Gazi Osman Paşa'nın Kharkiv'deki Esaret Döneminde Yerel Gazetelerde Kendisi Hakkında Yayımlanmış Haberlerin Arşivsel Değeri - **Asst. Prof. Dr. Mehmet Fahri FURAT**
7. İşgören Seçimi: Nitel Bir Örnek Olay Çalışması - **Prof. Dr. Himmet KARADAL, Ethem MERDAN**

Mostar Session	rahisys.zoom.us/j/3556215463		
18 December 2020	17:30-	Moderator	Prof.Dr.Fatma NUR İPLİK
Administration Session 5	19:00		Asst.Prof.Dr. Leyla İÇERLİ
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sağlık İle İyilik Hali Arasındaki İlişki: İller Düzeyinde Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr. Serap TAŞKAYA 2. The Effect of Corporate Values on Job Satisfaction - Dr. Mustafa ASLAN, Lect. Hülya ATEŞOĞLU 3. Üstün Performanslı Örgütlerin Yönetiminde Yeni EFQM Modeli 2020: Değişenler ve Değişmeyenler Üzerine Bir Değerlendirme - Asst. Prof. Dr. Özlem ATAN 4. Dijital Dönüşümle Değişen Liderlik Anlayışı: Dijital Liderlik Üzerine Bir Değerlendirme - Asst.Prof.Dr. Leyla İÇERLİ 5. Değişime Direnç İle İş Stresi Ve Tükenmişlik Arasındaki İlişkinin Analizi - Satı Nur YILAL, Assoc. Prof. Dr. İsmail GÖKDENİZ 6. Makedonya'nın İsim Sorunu ve Prespa Anlaşması - Bejtula ZİBEROVSKI 7. The Impact of Brand Value Constituent Factors on Brand Value: A Case Study of Ocarina Brand in Kabul City - Samiullah NAEEMI, Ph.D. Cand. Hamayoun GHAFOURZAY 			

MOSTAR SESSIONS

Saturday, 19 December 2020

Mostar Session	rahisys.zoom.us/j/3556215463		
19 December 2020	09:00-	Moderator	Assoc.Prof.Dr. Mine HALİS
Administration Session 6	10:30		Asst.Prof.Dr.Özgür ÇARK
<ol style="list-style-type: none"> 1. Algılanan Kurumsal İmaj ile Birey-Örgüt Uyumunu, Psikolojik Sahiplik ve Örgüt Temelli Özsaygı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma - Asst. Prof. Dr. Esengül İPLİK 2. Paternalist Liderliğin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Fabrika Çalışanları Üzerine Bir Araştırma - Asst.Prof.Dr. Meryem Derya YEŞİLTAŞ, PhD. Cand. Rabia Sultan KURŞUNCU 3. Örgüt İkliminin Bireysel Yaratıcılık Üzerine Etkisi: Kamu Kurumlarında Bir Araştırma - Assoc.Prof.Dr. Mine HALİS, Fulya ÖZKAL 4. Kariyer Seçiminde Sosyo-Bilişsel ve Manevi Yaklaşımlara Bütüncül Bakış – Asst.Prof.Dr.Özgür ÇARK 5. Bireysel Kariyer Davranışlarında ve Başarılarında Cinsiyet Farklılığı - Assoc. Prof. Dr. Didem PAŞAOĞLU BAŞ, Asst. Prof. Dr. Bahar SUVACI 6. Kurum Kültürünün Toplam Kalite Yönetimi Başarısına Etkisi – Lect. Tuğba ÇEDİKÇİ FENER 7. Kariyer Mentorluğu ve Çok Yönlü Kariyer: İlişki Ağı Kurma Davranışının Düzenleyici Etkisi - Asst. Prof. Dr. Emre Burak EKMEKÇİOĞLU 			

Mostar Session	rahisys.zoom.us/j/3556215463		
19 December 2020	13:00-	Moderator	Prof.Dr. Muhsin HALİS
Administration Session 7	14:30		Assoc.Prof.Dr. Ali CAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Küresel Egemen Sistemin Bir Enstrümanı Olarak Netflix - Assoc. Prof. Dr. Ali CAN 2. Kariyerler İçin Kaos Kuramının İncelenmesi - Asst. Prof. Dr. Gül GÜN 3. Örgütlerde Kişiliğin Kuramsal Açından Değerlendirilmesi - Asst. Prof. Dr. Ekin AKDENİZ 4. İşletme Yönetiminde Diyalojik İletişimin Rolü: Bir Derleme Çalışması - Asst. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK 			

5. Serbest Eczacılık Hizmetlerinde Yaşanılan Sorunların Belirlenmesine Yönelik Kesitsel Bir Araştırma: Adıyaman Örneği - Bahar ALAGÖZ, Asst. Prof. Dr. Gulsen KIRPIK
6. Bir Neo-liberal Devlet Eleştirisi Olarak “I, Daniel Blake” Filminin Siyasal-Yönetimsel Analizi - Asst. Prof. Dr. Ahmet Bora TARHAN
7. İran Jeopolitiğinin Önemi ve İran’ın Dış Politikasına Etkisi - Tuba ÇAKMAK

Mostar Session	rahisys.zoom.us/j/3556215463		
19 December 2020	14:30-	Moderator	Assoc.Prof.Dr.Savaş S. ATEŞ
Administration Session 8	16:00		Asst.Prof.Dr. Ebru ERTÜRK
<ol style="list-style-type: none"> Havaalanı Yönetim Stratejileri: Havaalanı Simülasyonları İle Uygulama - Assoc.Prof.Dr. Savaş S. ATEŞ, Res. Asst. Ezgi FİLAZOĞLU PISA Bize Okumada Ne Anlatıyor? Bir Güvenilirlik Çalışması - Res. Asst. TALHA GÖKTENTÜRK, Prof. Dr. Ali Fuat ARICI, Assoc. Prof. Dr. İbrahim DEMİR Dijital Dönüşüm Sürecinde Yükselen Bir Değer: Dijital Liderlik - Dr. Ali İhsan ÇELEN Banka Çalışanlarının Yaşadıkları İş-Aile Yaşam Çatışması İle Duygusal Emek Arasındaki İlişki - Asst. Prof. Dr. Ebru ERTÜRK Türkiye’de Organik Su Ürünleri Üretimi ve Uygulama Alanları - Asst. Prof. Dr. Kurtuluş MERDAN Organik Arıcılık ve Dünya’daki Mevcut Durumu - Asst.Prof.Dr. Kurtuluş MERDAN 			

Mostar Session	rahisys.zoom.us/j/3556215463		
19 December 2020	16:00-	Moderator	Prof.Dr. Şevki ÖZGENER
Administration Session 9	17:30		Assoc.Prof. Dr. Ali ÇİÇEK
<ol style="list-style-type: none"> Stalin Dönemi SSCB Dış Politikası - PhD. Cand. Emin YADİGAROV Türklerde Evren/Kainat Anlayışı ve Bunun Türk Kültürüne Yansımaları – Asst. Prof. Dr. Şeyda BÜYÜKCAN SAYILIR Modern Dünyada Yeni Bir Din: Futbol - Asst. Prof. Dr. Mehmet Haşim AKGÜL Aile İçi Şiddette Dilin Rolü - Assoc. Prof. Dr. Ali ÇİÇEK Amiran Kurtkan Bilgeseven’in Bütüncü Yaklaşımı Üzerine Bir Değerlendirme - Sümeyye GEDİK Obeziteye Karşı Kamu Politikaları - Asst. Prof. Dr. Dilek AKBAŞ AKDOĞAN Fintech Companies, Opportunities, Corporate Governance and Regulations - Asst. Prof. Dr. Alessio FACCIA, Mr. Luigi Pio Leonardo CAVALIERE 			

Mostar Session	rahisys.zoom.us/j/3556215463		
19 December 2020	17:30-	Moderator	Asst. Prof.Dr. Bülent DEMİR
Economics Session 2	19:00		Dr. Güzde GÜRGÜN
<ol style="list-style-type: none"> Features of Intellectual Property Commercialization Enterprises in Modern Conditions of Development of World Economic Relations- Asst. Prof. Dr. G.B. BERMUKHAMEDOVA, Sutbayeva RAIKHAN, Kashiyev ROMAN How Economic Freedom Affect the Business Creation Rate - Mr. Julián Andres Díaz TAUTIVA, Ms. Camila BARRAGÁN, Mr. Luigi Pio Leonardo CAVALIERE Stock Market Liquidity and Economic Growth Nexus: Evidence from Turkey - Dr. Güzde GÜRGÜN, Asst. Prof. Dr. Bilge CANBALOGLU The of Impact of Conflicts on Natural Resources: The Case of Sudanese Darfur Region - Asst. Prof. Dr.Nagmeldin KARAMALLA-GAIBALLA, Asst. Prof. Dr. Siham EL-KAFABI The Impact of the Macroeconomic Factors over the Performance of the Banking Sector in Republic of North Macedonia - MSc. Berkan IMERI, Dr.Bilal SUCUBASI, MSc. Gunter MERDZAN Eurasian Economic Union and Turkish Eurasian Integration - Elmar Khalilov The Inevitable Need for new Skills on the Board of Directors - Asst. Prof. Dr. Alessio Faccia, Mr. Luigi Pio Leonardo CAVALIERE 			