



ICDBME

2nd International
CONGRESS ON DIGITAL
BUSINESS, MANAGEMENT
& Economics
September 9-11, 2022

BOOK OF ABSTRACTS





Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları:164

ICDBME-2022

**2ND INTERNATIONAL CONGRESS ON DIGITAL
BUSINESS, MANAGEMENT & ECONOMICS**

Grafik & Tasarım

Büşra UYAR

Muhammed Sami TEKİN

Mustafa ALTINTEPE

Baskı

NEÜ Yayınları

KTB. S. No: 48888

E-ISBN

978-625-6960-00-8

Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları

Yaka Mah. Yeni Meram Cad. Kasım Halife Sok.

No: 11/1 Meram / KONYA

0332 221 0 575 - www.neuyayin.com

Aralık, 2022

**Bu eser Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0
UluslararasıLisansı ile lisanslanmıştır.*

**This work is licensed under a Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0 International License.*





Genel Bilgi

General Information

Zoom Meeting Information

Please click on the zoom link provided for each session below or the link located in the upper-right corner of each session on the program to attend the session of your choice. Any session can be joined without a password. Meeting passcode will be encrypted and included in the invite link to allow participants to join with just one click without having to enter the passcode.

ICDBME ROOM A

Meeting ID: 4522959885

<https://zoom.us/j/4522959885?pwd=MW5ibVJHa09qN2hQUUIUNmExaXBCQT09>

ICDBME ROOM B

Meeting ID: 8464713354

<https://zoom.us/j/8464713354?pwd=OHlxMmVINVJyTnJZcEJMRGpOVUE3QT09>

ICDBME ROOM C

Meeting ID: 5566851510

<https://zoom.us/j/5566851510?pwd=aUxhaC9HUWZCMEpJN0RzQ2NHU3NOZz09>

Moderating a Session

We appreciate all of the moderators' contributions to the conference. The moderators are expected to assist us in the smooth functioning of the conference.

❖ Please keep in mind that each presenter has a total of 20 minutes. It's important to have perfect timing.

❖ The moderator decides whether to take questions from the audience: at the end of each presentation or at the end of the session.



❖ Please remind attendees to send their questions and comments to the Zoom chat.

❖ Finally, if any of the presenters in your session does not participate and present her/his paper, please notify us by sending an email to icdbme@tarsus.edu.tr.

Presentation Information

Each presentation has a ***total time limit of 20 minutes: 15 minutes for the presentation + 5 minutes for questions & answers***. The moderator has the authority to rearrange the presentation order in the session. Please arrive at least 5 minutes prior to the start of your session and turn on your camera during your presentation. Please keep in mind that each presenter is required to remain for the duration of the session..



Partners of Organization

Destekleyen Kurumlar



TARSUS
ÜNİVERSİTESİ





Short Programme

Kısa Program

PROGRAM AT A GLANCE	
Friday, September 9, 2022 Cuma, 9 Eylül 2022	
10.00-10.50	Opening Speeches - Açılış Konuşmaları
11.00-12.20	Sessions / Oturumlar ISL01 Dijitalleşme ve Muhasebe FNS01 Uygulamalı Finans IKT01 Hanehalkı ve Tüketici Davranışları
12.30-13.45	Lunch/Öğle Yemeği
13.45-15.15	Sessions / Oturumlar ISL02 Dijital Örgütlerde Davranışın Yeni Boyutları FNS02 Finansal Piyasalar IKT02 Dijitalleşme Alanında Bibliometrik Çalışmalar
15.15-15.30	Coffee Break / Kahve Arası
15.30-17.00	Sessions / Oturumlar ISL03 Digital Business FNS03 Selected Topics on Finance IKT03 Selected Topics on Economics
Saturday, September 10, 2022 Cumartesi, 10 Eylül 2022	
09.30-10.50	Sessions / Oturumlar ISL04 Dijitalleşme ve Tüketici Davranışları FNS04 Kripto Varlıklar IKT04 Ekonomik Büyüme
10:50-11:00	Coffee Break/ Kahve Arası
11:00-12:20	Sessions / Oturumlar ISL05 Ürün ve Markalaşma FNS05 Yapay Zekâ ve Finansal Teknolojiler IKT05 Parasal İktisat
12:20-13:00	Lunch / Öğle Yemeği
13:00-14:30	Sessions / Oturumlar ISL06 Dijitalleşme, İnovasyon ve Strateji LOJ1 Lojistik Yönetimi IKT06 İktisatta Seçilmiş Konular
14:30-15:00	Coffee Break/ Kahve Arası
15:00-16:30	Sessions / Oturumlar ISL07 Dijitalleşme ve İnsan Kaynakları Yönetimi DGR1 Dijitalleşme ve Sağlık Yönetimi



Sunday, September 11, 2022		Pazar, 11 Eylül 2022	
09:30-10:50	Sessions / Oturumlar ISL08 Dijitalleşme, Sektörel ve Toplumsal Etkileri DGR2 Sosyal Medya ISL09 Covid-19, Sanallaşma ve Sosyal Medya		
10:50-11:00	Coffee Break/ Kahve Arası		
11:00-12:20	Sessions / Oturumlar ISL10 Dijitalleşme ve Dış Ticaret DGR3 Kamu Yönetiminde Dijital Dönüşüm ISL11 Pazarlama Alanında Bibliometrik Çalışmalar		
12:20-13:00	Lunch / Öğle Yemeği		
13:00-14:30	Sessions / Oturumlar ISL12 Dijital Yönetim DGR4 Dijitalleşme ve Sosyal Hizmetler LOJ2 Tedarik Zinciri Yönetimi		
14:30-15:00	Coffee Break/ Kahve Arası		
15:00-16:30	Sessions / Oturumlar ISL13 İşletme Alanında Bibliometrik Çalışmalar DGR5 Kamu Yönetiminde Dijitalleşme		
16:45-17:00	Closing Speeches / Kapanış Konuşmaları		



Programme

Program

OPENING SPEECHES / AÇILIŞ KONUŞMALAR		
September 9/9 Eylül	10:00 - 10:50	Zoom Room A (click to connect)
Rector, Prof. Dr. Cem ZORLU Necmettin Erbakan University		
Rector, Prof. Dr. Orhan AYDIN Tarsus University		
Dean, Prof. Dr. Mehmet İNCE Faculty of Applied Science, Tarsus University		
ISL01 Dijitalleşme ve Muhasebe		
September 9/9 Eylül	11:00 - 12:20	Zoom Room A (click to connect)
Denetimde Akıllı Süreç Otomasyonu Ulukan BÜYÜKARIKAN & Birkan BÜYÜKARIKAN Afyon Kocatepe Üniversitesi - Selçuk Üniversitesi		
Endüstri 4.0 ve Akıllı İşletmelerde Muhasebe Ayşe Nur BUYRUK AKBABA & Nurcan BULUT Bitlis Eren Üniversitesi - Bitlis Eren Üniversitesi		
Bilgi Edinmede Sosyal Medyanın Rolü: Muhasebe Gruplarına Yönelik Bir Araştırma Özlem DOĞAN İskenderun Teknik Üniversitesi		
Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) Sistemlerinin Muhasebe Süreçlerine Etkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Firma Örneği Şebnem ADA & Halil GÜLMEZ Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi - Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi		
Büyük Veri Bir Fırsat Mıdır Yoksa Tehdit Mi: Muhasebe ve Denetim Perspektifinden Bir Değerlendirme Adem ÖĞÜT & Abdullah BAĞCI Necmettin Erbakan Üniversitesi - Necmettin Erbakan Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Ali DERAN (Tarsus Üniversitesi)		



FNS01 UYGULAMALI FİNANS		
September 9/9 Eylül	11:00 - 12:20	Zoom Room B (click to connect)
Döviz Kuru Riskinin Riske Maruz Değer Modeli İle Hesaplanması: Tarihsel Simülasyon Yaklaşımı Örneği Mercan HATİPOĞLU Çankırı Karatekin Üniversitesi		
İklim Politikalarındaki Belirsizlikler Finansal Piyasalarda Korkuya Neden Oluyor Mu? Nisa ALPARSLAN & Saffet AKDAĞ Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
G7 Ülkelerinde İnovasyon ve İktisadi Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Bahar OĞUL		
Temiz Enerji Yatırım Fonlarında Zayıf Formda Etkinliğin Doğrusal ve Doğrusal Olmayan Birim Kök Modelleriyle Analizi Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Nazlıgül GÜLCAN		
<i>Moderatör: Prof. Dr. Zeynep HATUNOĞLU (Tarsus Üniversitesi)</i>		

IKT01 HANE HALKI ve TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI		
September 9/9 Eylül	11:00 - 12:20	Zoom Room C (click to connect)
Hanehalkı Dijital Teknolojisi ve Hane Geliri Behice CANATAN & Gökhan ÖZBİLGE & Egemen İPEK Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Hanehalkı İnternet Kullanımı ile Enerji Yoksulluğu İlişkisi: Türkiye'den Kanıtlar Özlem İPEK Tarsus Üniversitesi		
Türkiye'de Kamu ve Özel Sektör Açısından Mevcut Saatten Daha Fazla Çalışma Gökhan ÖZBİLGE & Behice CANATAN & Egemen İPEK Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Banka Kartı ve Kredi Kartı Kullanıcılarının Covid-19 Sürecinde Ödeme ve Alışveriş Davranışlarındaki Değişimler Mustafa BEYBUR Dicle Üniversitesi		
Laboratuvar Deneyleri ve Kültürel Farklar Burak Kağan DEMİRTAŞ & Abdullah DOĞAN Abdullah Gül Üniversitesi - Abdullah Gül Üniversitesi		
<i>Moderatör: Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL (Necmettin Erbakan Üniversitesi)</i>		
12:20 - 13:45 Lunch/Öğle Yemeği		



ISL02 DİJİTAL ÖRGÜTLERDE DAVRANIŞIN YENİ BOYUTLARI		
September 9/9 Eylül	13:45 - 15:15	Zoom Room A (click to connect)
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Stratejilerinin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkisi Ayşe Gözde IYICIL Ufuk Üniversitesi		
Örgütler ve Dijitalleşme: Endüstri 4.0'ın Örgütsel Davranışa Etkisi Ümit ŞEVİK Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi		
Sanal Kaytarma Alanını Genişletiyor Mu? Nesnelerin İnterneti ve Çalışanlar Üzerine Etkileri Fatih SOBACI Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi		
Bilgi Yönetiminin Takım Çalışmasına Etkisi: Sağlık İşletmeleri Araştırması Ali Şükrü ÇETİNKAYA Selçuk Üniversitesi		
Yükselen Şirket Mi, Tarihe Karışan Şirket Mi? VUCA Dünyasında Liderliğin Yapı Taşları Adem ÖĞÜT & Hala ABUDBAA & Nahit YILMAZ Necmettin Erbakan Üniversitesi - Necmettin Erbakan Üniversitesi - Necmettin Erbakan Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Salih GÜNEY (İstanbul Aydın Üniversitesi)		

FN S02 FİNANSAL PİYASALAR		
September 9/9 Eylül	13:45 - 15:15	Zoom Room B (click to connect)
Siyasi ve Ekonomik Gelişmelerin BİST Yatırımcısına Etkisi Abdullmuttalip PILATIN Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi		
CDS Primleri ile BİST Sektör Endeksleri Arasındaki İlişki Gülsüm KIZILTOPRAK & Kemal EYÜBOĞLU Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Küreselleşme Sürecinde Finansallaşmanın Gelir Dağılımı Üzerindeki Etkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Ampirik Bir İnceleme Bahar OĞUL Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi		
Yatırımcı Duyarlılığının Pay Piyasası Yatırımlarına Etkisi Yasemin YURTOĞLU & Aynur SÜSAY Ufuk Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Ahmet KURTARAN (Karadeniz Teknik Üniversitesi)		



IKT02 DİJİTALLEŞME ALANINDA BİBLİYOMETRİK ÇALIŞMALAR		
September 9/9 Eylül	13:45 - 15:15	Zoom Room C (click to connect)
“Dijital Liderlik” Konusunda Yapılmış Çalışmaların Bibliyometrik Analizi Zümral GÜLTEKİN Ondokuz Mayıs Üniversitesi		
İşletmelerde Dijitalleşmenin Karanlık Tarafı: Bir Literatür Taraması Ömer Faruk ALADAĞ İnönü Üniversitesi		
Dijitalleşme ve Stres Üzerine Bir İnceleme Şener UYSAL Manisa Bağcılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü		
Dijital Ekonomi Literatürü Üzerine Bilimetric Bir Analiz Özlem IPEK Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Haydar AKYAZI (Karadeniz Teknik Üniversitesi)		
15:15 - 15:30 Coffee Break/Kahve Arası		

ISL03 DIGITAL BUSINESS		
September 9/9 Eylül	15:30 - 17:00	Zoom Room A (click to connect)
Exploring Paths Between AI-Adoption Level of Service Firms and Customer Satisfaction: The Mediating Effect of Corporate Brand Image Serap SARP Abdullah Gül University		
A Fad or The Future? Scrutinizing Cryptocurrency from A Marketing Point of View Bedri Münir ÖZDEMİR Çankırı Karatekin University		
The Expansion of Rights Violations in Digital Business: A Truth To Be Faced Nadjiba Badi BOUKEMIDJA University of Algiers1		
Examination of The Relationship Between Digital Transformation, Organizational Learning, and Strategy Gökhan TANRIVERDİ Erzincan Binali Yıldırım University		
Moderatör: Prof. Dr. Fehmi KARASİOĞLU (Selçuk University)		



FNS03 SELECTED TOPICS ON FINANCE		
September 9/9 Eylül	15:30 - 17:00	Zoom Room B (click to connect)
Bitcoin, Ethereum, and Bnb: A Vector Autoregression Analysis on Cryptocurrencies Esin DEMIREL Işık University		
ICT, Financial Development and Sustainable Tourism in Ghana Alhassan MUSAH & Ibrahim Nandom YAKUBU & Abdul-Fatawu SHAIBU Uni. for Development Studies - Kasnand Research and Consulting - Uni. for Development Studies		
The Effects of Credit Rating Announcements on Shares: The Case of Turkey Rana TORUN & Ahmet Yakup ERKILIÇ Abdullah Gül University - Ministry of Culture and Tourism		
Governance Quality, Political Connections and The Phenomenology of Earnings Management: A Systematic Literature Review Nasredine FATHELKHİR & Said KARAM & Othman GAGA Hassan First Uni. of Settat - Hassan First Uni. of Settat - Hassan First Uni. of Settat		
Multi-Scale Sample Entropy Analysis of The Turkish Stock Market Efficiency Serkan ALKAN Tarsus University		
Moderatör: Prof. Dr. Turhan KORKMAZ (Mersin University)		

IKT03 SELECTED TOPICS ON ECONOMICS		
September 9/9 Eylül	15:30 - 17:00	Zoom Room C (click to connect)
The Effect of Random Consumer Demand on Manufacturer and Retailer Decisions Ümmühan AKBAY Işık University		
Challenges and Opportunities for Export Trade Facilitation Practices in Ethiopia and Single Window System Ousman Mohammed YIMAM Ondokuz Mayıs University		
An Analysis on The Efficiency of Transportation and Warehousing Operations in Türkiye Gökçe MANAVGAT & Ayhan DEMİRCİ Toros University - Toros University		
Moderatör: Prof. Dr. İsmail TUNCER (Mersin University)		



DAY 2		
ISL04 DİJİTALLEŞME VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI		
September 10/10 Eylül	09:30 - 10:50	Zoom Room A (click to connect)
Market Markalı Ürünleri Tercih Etmede Etkili Olan Unsurlar Yağmur EREN & Halil İbrahim ŞENGÜN Dicle Üniversitesi - Dicle Üniversitesi		
2. El Çocuk Ürünleri Kategorisinde Alıma Etki Eden Motivasyonlar ve Engeller Fatma Özge BARUÖNÜ Doğuş Üniversitesi		
Ekonomik Kriz Döneminde Tüketicilerin Kredi Kartı Kullanımı Figen ÖCAL & Süphan NASIR Nişantaşı Üniversitesi - İstanbul Üniversitesi		
Enflasyonist Ekonomi ve Pandemi Etkisinde Tüketicilerin Tatil Tercihleri Süphan NASIR & Merve KIR İstanbul Üniversitesi - İstanbul Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Deniz ZEREN (Çukurova Üniversitesi)		

FNS04 KRİPTO VARLIKLAR		
September 10/10 Eylül	09:30 - 10:50	Zoom Room B (click to connect)
Kripto Para ve Siber Güvenlik ile İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi Ayşegül KURTULGAN & Gözde ELBİR MERMER Çağ Üniversitesi - Çağ Üniversitesi		
Kripto Para Birimleri Mi Geleneksel Finansal Varlıklar Mı: Bir Yatırım Analizi Önder BÜBERKÖKÜ & Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi - Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi		
Kripto Paralar ve Türk Lirasıyla Olan İlişkileri Üzerine Bir Analiz: Toda-Yamamoto Nedensellik Testi ile İnceleme Ayşegül KIRKPINAR İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Ümmühan ASLAN (Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi)		



IKT04 EKONOMİK BÜYÜME		
September 10/10 Eylül	09:30 - 10:50	Zoom Room C (click to connect)
Yenilenebilir Enerji Kullanımı ve Ekonomik Büyümenin Sürdürülebilir Ekonomik Kalkınmaya Etkisi: G7 Ülkeleri Üzerine Panel Eşbütünleşme Analizi		
İrfan ERSİN İstanbul Medipol Üniversitesi		
E7 Ülkelerinde Elektrik Tüketimi, Ekonomik Büyüme, Bit ve Co2 Emisyonu Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi		
Rümeysa UÇAROĞLU & Sinem EYÜBOĞLU Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Lojistik Sistemindeki Sermaye Yatırımları ve Uzun Dönemli Ekonomik Büyüme: OECD Ülkeleri İçin Bir Panel ARDL & NARDL Analizi		
Ömer DEMİR Şırnak Valiliği		
Türkiye’de Sosyal Koruma Harcamaları Ekonomik Büyüme İlişkisi		
Nesrin AKBULUT & Aykut BAŞOĞLU Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi - Karadeniz Teknik Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Mustafa ACAR (Necmettin Erbakan Üniversitesi)		
10:50 - 11:00 Coffee Break/Kahve Arası		

ISL05 ÜRÜN VE MARKALAŞMA		
September 10/10 Eylül	11:00 - 12:30	Zoom Room A (click to connect)
Özel Ürün Bağlamında Üretici-Perakendeci İlişkisi		
Faruk GÜVEN Abdullah Gül Üniversitesi		
Pazarlama Yönetiminde Pazarlama Müdürü Yerine Yapay Zekâ Algoritmalarının Kullanımı İmkânı		
Kazım Selçuk TUZCUOĞLU Bahçeşehir Üniversitesi		
İşletmelerin Metaverse Evrenlerinde Markalaşması: Dijitalleşmenin Avatar Ekonomisi Açısından Analizi		
Cihan SARI & Rana TORUN İstanbul Ticaret Üniversitesi - Abdullah Gül Üniversitesi		
Sanayi Firmalarının Dijital Pazarlama Yetenekleri		
Kazım Selçuk TUZCUOĞLU & Mehtap BATTAL Bahçeşehir Üniversitesi - Bahçeşehir Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Selda BAŞARAN ALAGÖZ (Necmettin Erbakan Üniversitesi)		



FNS05 YAPAY ZEKÂ VE FİNANSAL TEKNOLOJİLER		
September 10/10 Eylül	11:00 - 12:30	Zoom Room B (click to connect)
Yapay Zekâ, Makine Öğrenmesi ve Derin Öğrenmenin Finansal Sistem Üzerindeki Etkisi Serkan ŞAHİN Tarsus Üniversitesi		
Finans Sektöründe Dijitalleşme Uygulamalarının Analizi Hale Nur GÜLER Bağımsız Araştırmacı		
Finansal Teknolojinin Yeşil Enerji Yatırımlarının Arttırılması İçin Önemi Serhat YÜKSEL & Hasan DİNÇER İstanbul Medipol Üniversitesi - İstanbul Medipol Üniversitesi		
Fintekler ile Ödeme Sistemlerine Yeni Bir Bakış Ayyüce YALIN MERSİNPINAR & Serkan ŞAHİN Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Ganite KURT (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)		

IKT05 PARASAL İKTİSAT		
September 10/10 Eylül	11:00 - 12:30	Zoom Room C (click to connect)
Endüstriyel Metal Fiyatları Üzerine Bir İnceleme Fatih KAPLAN & Safa KOCADEMİR Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Altın, Döviz ve Türk Lirası Mevduatları Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Bir İnceleme Abdulkadir Sezai EMEÇ Tarsus Üniversitesi		
Türkiye'nin Konut Piyasası Üzerine Bir Değerlendirme Ali Rıza AKTAŞ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi		
Sektör Reel Efektif Döviz Kur Endekslerinde Yakınsama Var Mı? Fatih KAPLAN & Ahmet KOLUMAN Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Kriz Sonrası Dönemlerde Altın Fiyatlarına Yeniden Bakış Abdulkadir Sezai EMEÇ Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Tahsin KARABULUT (Necmettin Erbakan Üniversitesi)		
12:30 - 13:00 Lunch/Öğle Yemeği		



ISL06 DİJİTALLEŞME, İNOVASYON ve STRATEJİ		
September 10/10 Eylül	13:00 - 14:30	Zoom Room A (click to connect)
Türkiye'nin Küresel İnovasyon Endeksi Puanlarını Tahmin Etmede Öznitelik Seçimi ve Yapay Sinir Ağı Yaklaşımı Rabia Sultan YILDIRIM & Murat OTURAKÇI Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üni. - Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üni.		
İnovasyon ve İç Girişimcilik İlişkisinde Sosyal Medyanın Rolü Ali Şükrü CETİNKAYA & Feyza Nur ÖZTURK Selçuk Üniversitesi - Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi		
Dijital Stratejilerin Şirketlerin Uzun Vadeli Hedeflerine Ulaşmadaki Rolü Mehmet Ali ALHAN İstanbul Medipol Üniversitesi		
Stratejik Çeviklik ile Değer Yaratan İnovasyon: Müşteri ve Son Kullanıcı Gözünden Bir İnceleme Cemalettin Öcal FİDANBOY OSTİM Teknik Üniversitesi		
İnovasyon Yönetiminde Dijitalleşme Mehmet Sami SÜYGÜN Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Hasan GÜL (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)		

LOJ1 LOJİSTİK YÖNETİMİ		
September 10/10 Eylül	13:00 - 14:30	Zoom Room B (click to connect)
Adana ve Kayseri Havalimanı Performanslarının LOPCOW, COCOSO ve WASPAS Yöntemleriyle Karşılaştırılması Nuh KELEŞ Adana Gümrük Müdürlüğü, Ticaret Bakanlığı		
Bulanık LMAW Yöntemi ile Lojistik Endüstrisinde Robotik Sistem Seçimi Hande KÜÇÜKÖNDER & Ömer Faruk GÖRÇÜN Bartın Üniversitesi - Kadir Has Üniversitesi		
Hava Yolu Taşımacılığı ve Tüketici Fiyatları İlişkisi: BRICS Ülkeleri Örneği Oğuz Emre BALKAR Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Mehmet TANYAŞ (Maltepe Üniversitesi)		



IKT06 İKTİSATTA SEÇİLMİŞ KONULAR		
September 10/10 Eylül	13:00 - 14:30	Zoom Room C (click to connect)
Seçili Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Pazarlara Açılma Esneklikleri Dilan ÖZDEMİR Tarsus Üniversitesi		
Covid-19 Öncesi ve Sonrası Sağlık Harcamalarının Enflasyona Etkisi: Euro Bölgesi Ezgi DOĞAN Yüksek İhtisas Üniversitesi		
Otoregresif Entegre Hareketli Ortalama (ARIMA) Modeli ile Yenidoğan Yoğun Bakım Servisine Hasta Yatış Talebinin Tahminlenmesi Onur DERSE & Müfide NARLI Tarsus Üniversitesi - Çukurova Üniversitesi		
Sigortacılık Sektöründe Dijitalleşme ve Insurtech Kavramı Veli SIPAHI & Batuhan MEDETOĞLU Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi - Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi		
Kripto Paralar, Geleneksel Finansal Yatırım Araçlarına Karşı Güçlü Bir Alternatif Olabilir Mi? Cansu GÜVEN Necmettin Erbakan Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Selim KAYHAN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)		
14:30 - 15:00 Coffee Break/Kahve Arası		

ISL07 DİJİTALLEŞME VE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ		
September 10/10 Eylül	15:00 - 16:30	Zoom Room A (click to connect)
İşletmelerin Dijital Dönüşüm Sürecindeki Dijital Yetenekler Ebru DEMİREL & Seyhan ÖZDEMİR Nevşehir Hacıbektas Veli Üniversitesi - Süleyman Demirel Üniversitesi		
İslami Bakış Açısıyla İnsan Kaynakları Yönetimi Sistemi Nasser M. E. ALGHALBAN Yalova Üniversitesi		
Merkeziyetsiz Otonom Organizasyonlarda Çevik İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Kavramsal Bir Çalışma Esin YÜCEL KARAMUSTAFA Altınbaş Üniversitesi		
İşletmelerde Dijital Dönüşümün İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci Üzerine Etkisi: Kavramsal Bir Değerlendirme Erhan KILINÇ & Şeydanur KOÇAK Selçuk Üniversitesi - Selçuk Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Mustafa Atilla ARICIOĞLU (Necmettin Erbakan Üniversitesi)		



DGR1 DİJİTALLEŞME VE SAĞLIK YÖNETİMİ		
September 10/10 Eylül	15:00 - 16:30	Zoom Room B (click to connect)
Sağlık Hizmetlerine Erişimde Dijitalleşme: Madalyonun İki Yüzü Şüra ALAN & Şükrü Anıl TOYGAR Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Dijital Sağlık Teknolojisinde Dilemma Damlanur ARI Tarsus Üniversitesi		
Sağlık Kuruluşlarında Dijitalleşme ve Verimliliğin Önemli Bileşeni: Kurumsal Kaynak Planlama Sema DÖKME YAĞAR Ankara Üniversitesi		
Sağlık Çalışanlarında Teknostres: Sistematik Bir İnceleme Şüra ALAN & Gülpembe OĞUZHAN Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Özgül AKIN ŞENKAL (Tarsus Üniversitesi)		

DAY 3		
ISL08 DİJİTALLEŞME, SEKTÖREL VE TOPLUMSAL ETKİLERİ		
September 11/11 Eylül	09:30 - 10:50	Zoom Room A (click to connect)
Dünyadan Bazı Örneklerle Şirketlerde Büyük Veri Kullanımı Sidar AĞDUK Tarsus Üniversitesi		
Dijitalleşmenin Sektörlere Göre Etkisi, Türkiye Dijital Dönüşüm Endeksine Yönelik Bir İnceleme Nurcan BULUT & Ayşe Nur Buyruk AKBABA Bitlis Eren Üniversitesi - Bitlis Eren Üniversitesi		
Tarım İşletmelerinde Toplum 5.0'ın Uygulanmasına Yönelik Öneriler Ethem TOPÇUOĞLU Jandarma Genel Komutanlığı		
Dijital Dönüşümde Tarımsal Kooperatiflerin Karşılaştığı Zorluklar Abdulkadir FASAL Tarım Kredi Kooperatifleri		
Endüstri 4.0'ın Maliyet ve Yönetim Muhasebesine Etkileri Yusuf AKPINAR & Zeynep HATUNOĞLU Adıyaman Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Bülent ŞEN (Tarsus Üniversitesi)		



DGR2 SOSYAL MEDYA		
September 11/11 Eylül	09:30 - 10:50	Zoom Room B (click to connect)
Sosyal Medyada Siyaset ve Dezenformasyon: Haber Metinlerine Yönelik Bir Söylem Analizi Tuğba YOLCU & Mehmet Said KAYA Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Linç Kültürü: Klavye İnfazı Mı, Adalet İsteği Mi? Burak YERLİKAYA & Melih SEVER Süleyman Demirel Üniversitesi		
Sosyal Medyada İfade Özgürlüğü: Kamu Forumu Öğretisi Üzerine Güncel Bir Tartışma Ahmet Melihsah ÇEVLİK Tarsus Üniversitesi		
İnternet Bağımlılığı Konulu Dijital Sosyal Reklama Yönelik Tüketici Tepkileri: #İnternetitadındakullan Reklam Kampanyasının Youtube Yorumlarının İncelenmesi Hediye AYDOĞAN Akdeniz Üniversitesi		
Dijital Araçlarla Özendirilen “Zorbalık ve Linç Kültürü”: Genç Kuşaklar Bağlamında Aysel TEKGÖZ OBUZ Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Burçin CEVDET ÇETİNSÖZ (Alanya Alaadin Keykubat Üniversitesi)		

ISL09 COVID-19, SANALLAŞMA VE SOSYAL MEDYA		
September 11/11 Eylül	09:30 - 10:50	Zoom Room C (click to connect)
Koronavirüs Pandemisinde Türkiye’de Sayısal Uçurum Cem GÜRLER Yalova Üniversitesi		
Üniversitelerin Sosyal Medya Hesaplarının Halkla İlişkiler Bağlamında Kullanılmasına Yönelik Bir Karşılaştırma Hasan ALTINCIK Dicle Üniversitesi		
Geleceğin Öğrenme Metodolojisi: Sürükleyici Sanal Ortamlarda Bağlamsal Öğrenme Mehtap BATTAL Bahçeşehir Üniversitesi		
Farklı Dillerdeki Haber Metinlerinin Sınıflandırılması Ayfer POLAT & Emrah AYDEMİR & Sidar AĞDUK Sakarya Üniversitesi - Sakarya Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Emel BAHAR (Tarsus Üniversitesi)		
10:50 - 11:00 Coffee Break/Kahve Arası		



ISL10 DİJİTALLEŞME VE DIŞ TİCARET		
September 11/11 Eylül	11:00 - 12:30	Zoom Room A (click to connect)
Uluslararası Ticarete Dijital Gümrük Uygulamalarının Önemi İpek GÜRSOY & Muhammed TURĞUT Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Metaverse Uygulamaları ve Dış Ticaret Ata KAHVECİ & Onur TOS Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Kurumsal Verimlilik Skor Kartı BSC'nin Stratejik Yönetimde Verimlilik Maliyetleri Üzerine Etkisi Özgül ÖRSAL & Nurullah UÇKUN Eskişehir Osmangazi Üniversitesi - Eskişehir Osmangazi Üniversitesi		
Türkiye'deki İhracata Yönelik Devlet Destek Programlarında Dijital Dönüşüm Mehmet Sami SÜYGÜN Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Ahmet ŞAHBAZ (Necmettin Erbakan Üniversitesi)		

DGR3 KAMU YÖNETİMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM		
September 11/11 Eylül	11:00 - 12:30	Zoom Room B (click to connect)
Kamuda Dijital Dönüşümün Önündeki Engeller Mevlüt Hürol METE Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı		
Devlette Yeniden Yapılanma ve Dijital Kamu Hizmetleri Derya AKTAŞ & Abdulcelil GAZIOĞLU İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi - İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi		
Devlette Dijital Dönüşüm: Dijital Dönüşüm Ofisi ve Açık Veri Projesi Süleyman KIP & Hafijur RAHMAN Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi - Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi		
Yönetime Güveninin Sağlanmasında Bir Araç Olarak 20. Yılına Girenken Bilgi Edinme Hakkı Kanununun Uygulama Başarısı Ertuğrul Selçuk GÜLDÜLER IETT Genel Müdürlüğü		
Yapay Liderlerden Doğal Beklentiler: Seçmenin Algokrasi Algısı Nursena ÖZTÜRK KAPLAN Gedik Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Cemal ALTAN (Mersin Üniversitesi)		



ISL11 PAZARLAMA ALANINDA BİBLİYOMETRİK ÇALIŞMALAR		
September 11/11 Eylül	11:00 - 12:30	Zoom Room C (click to connect)
Turizm Alanında Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Üzerine Bibliyometrik Bir Araştırma Mahmut BAKIR Samsun Üniversitesi		
Yeşil Pazarlama Anlayışında Eko-Etiketleme Konusu Üzerine Bibliyometrik Bir Çalışma Sakine ÇETİN & Yağmur EREN & Halil İbrahim ŞENGÜN Dicle Üniversitesi - Dicle Üniversitesi - Dicle Üniversitesi		
Untact Turizm: Modern Çağın Yeni Turizm Pazarlaması Anlayışına Yönelik Sistematik Literatür İncelemesi Selçuk Efe KÜÇÜKKAMBAK & Fatma ÇAKIR & Mesut ÇAKIR Aydın Adnan Menderes Üniversitesi - Aydın Adnan Menderes Üniversitesi		
Dijital İş Ekosisteminde Yalın Girişimcilik ve Çevik İnovasyon İlişkisi Esin YÜCEL KARAMUSTAFA & Burcu ARSAN Altınbaş Üniversitesi - Yeditepe Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Muammer ZERENLER (Selçuk Üniversitesi)		
12:30 - 13:00 Lunch/Öğle Yemeği		

ISL12 DİJİTAL YÖNETİM		
September 11/11 Eylül	13:00 - 14:30	Zoom Room A (click to connect)
Kriz Koşullarında Dijitalleşme Yönetimi Alperen MANİSALIGİL Marmara Üniversitesi		
Bir Üretim İşletmesinin Dijital Dönüşüm Süreci: Tekli Vaka Analizi Nisa EKŞİLİ Akdeniz Üniversitesi		
Seyahat Endüstrisinde Oyunlaştırma Uygulamaları Osman Seraceddin SESLİOKUYUCU & Reşat ARICA Süleyman Demirel Üniversitesi - Batman Üniversitesi		
Metaverse'te Dijital Varlıkların Raporlanması V. Evrim ALTUK ÖZTÜRK Trakya Üniversitesi		
Dijital Yönetim ve Strateji; Genç Dostu Birimi Örneği Özgül ÖRSAL Eskişehir Osmangazi Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Adnan ÇELİK (Selçuk Üniversitesi)		



DGR4 DİJİTALLEŞME VE SOSYAL HİZMETLER		
September 11/11 Eylül	13:00 - 14:30	Zoom Room B (click to connect)
Sosyal Hizmette Elektronik Bilgi Sistemlerinin Kullanımının Hizmet Sunumu ve Mesleki Kimlik Üzerindeki Etkileri Gizemnur KORDALI Tarsus Üniversitesi		
Dijitalleşme ve Gizlilik: Dezavantajlı Grup Olarak Çocukları ve Gençleri Bekleyen Riskler Bilal COŞAN Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi		
Feminizm ve Çocuk Hakları Perspektifi Bağlamında Sharenting Kavramı Hatice Büşra CAN Tarsus Üniversitesi		
Sivil Toplum ve Gönüllülüğün Dijitalleşen Dünyadaki Yeri: E-Gönüllülük Sait AŞGIN & Merve ÖZCAN Karabük Üniversitesi		
Dijitalleşmenin Sosyal Hizmet Alanına Yansımaları: İyi Uygulama Örnekleri Işığında Türkiye’de Sosyal Hizmet Sunumu ve Bilgi İletişim Teknolojilerinin Etkin Kullanımı Ayşe ALICAN ŞEN Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. İsmail TUFAN (Akdeniz Üniversitesi)		

LOJ2 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ		
September 11/11 Eylül	13:00 - 14:30	Zoom Room C (click to connect)
Küresel Tedarik Zinciri ve Gıda Temin Krizleri Etkisinde Türkiye’de Lisanslı Depoculuk Celil DURDAĞ & Faruk TAŞKIRAN Esenyurt Üniversitesi		
Fintech ve Tedarik Zinciri Finansmanı Oylum ŞEHVEZ ERGÜZEL & Seren ÖZSOY & Ece Nur DEMİR Sakarya Üniversitesi - Sakarya Üniversitesi - Sakarya Üniversitesi		
İmalat Sektöründe Yeşil Tedarik Zinciri Uygulamalarına İlişkin Zorluklar ve Çözüm Önerileri Alper ÖZAŞKIN & Ali GÖRENER İstanbul Ticaret Üniversitesi - İstanbul Ticaret Üniversitesi		
Sürdürülebilir Kentsel Ulaşım Çözümleri: Muğla İlinde Bir Uygulama Nedret ERBOY & Nihal TATAROĞLU Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi		



Tedarik Zincirinde Dijital Dönüşüm: Artırılmış Gerçeklik Seren ÖZSOY & Ece NUR DEMİR & Oylum ŞEHVEZ ERGÜZEL Sakarya Üniversitesi - Sakarya Üniversitesi - Sakarya Üniversitesi
Moderatör: Prof. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN (Toros Üniversitesi)
14:30 - 15:00 Coffee Break/Kahve Arası

ISL13 İŞLETME ALANINDA BİBLİYOMETRİK ÇALIŞMALAR		
September 11/11 Eylül	15:00 - 16:30	Zoom Room A (click to connect)
Toplum 5.0'ın Sağlık Sektörüne Olan Katkılarına Yönelik Bir İnceleme Engin KARAFAKIOĞLU Beykent Üniversitesi		
Blokzincir Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine Ulaşmada Kilit Bir Teknoloji Olabilir Mi? Literatür Taraması ile Bir Değerlendirme Bilgen AKMERMER Karadeniz Teknik Üniversitesi		
Katılım Bankalarında Uygulanan AAOIFI Standartları ile İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Analizi Musa ÖZÇELİK Tarsus Üniversitesi		
Tedarik Zinciri Yönetiminde İnovasyon: Görsel Haritalama Yoluyla Bibliyometrik Bir Analizi Oğuz Emre BALKAR Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Abdullah KARAMAN (Selçuk Üniversitesi)		



DGR5 KAMU YÖNETİMİNDE DİJİTALLEŞME		
September 11/11 Eylül	15:00 - 16:30	Zoom Room B (click to connect)
Kamu Mali Yönetiminde Dijitalleşme Hüseyin ERCAN İnönü Üniversitesi		
Kentsel Kamu Politikası Analizi: Büyükşehirlerde Kentsel Dijital Araçlar ve Uygulamaları Ahmet YAMAN & Orhan Veli ALICI Tarsus Üniversitesi - Tarsus Üniversitesi		
Dijital Yönetim ve Dijital Akıllı Kent Yönetim Uygulamaları Onur Kemal YILMAZ Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi		
Dijital Ekonomide Vergilendirme Sorunları: Türkiye ve Avrupa Birliğinde Yapılan Çalışmalar Gamze MERCAN & Ali MERCAN Necmettin Erbakan Üniversitesi – Bağımsız Araştırmacı		
Covid-19 Pandemisine Epistemik Paternalizm Bağlamında Bakmak: Kamu Otoritesinin Dezenformasyonla İmtihanı Halil KANADIKIRIK Tarsus Üniversitesi		
Moderatör: Prof. Dr. Ali ŞAHİN (Selçuk Üniversitesi)		

CLOSING SPEECHES		
September 11/11 Eylül	16:45 - 17:30	Zoom Room A (click to connect)
Dean Prof. Dr. Mehmet İNCE Faculty of Applied Science, Tarsus University		
Dean Prof. Dr. Birol MERCAN Faculty of Political Science, Necmettin Erbakan University		



Boards & Commitees

Kurullar ve Komiteler

HONORARY BOARD

Rector Prof. Dr. Orhan AYDIN - Tarsus University

Rector Prof. Dr. Cem ZORLU - Necmettin Erbakan University

ORGANIZING BOARD

Dean Prof. Dr. Mehmet İNCE

Tarsus University, Faculty of Applied Science

Dean Prof. Dr. Birol MERCAN

Necmettin Erbakan University, Faculty of Political Science

ORGANIZING COMMITTEE

Prof. Dr. Zeynep HATUNOĞLU - Tarsus University

Assoc. Prof. Dr. Egemen İPEK - Tarsus University

Assoc. Prof. Dr. Kemal EYÜBOĞLU -Tarsus University

Assoc. Prof. Dr. Sezen BOZYİĞİT - Tarsus University

Assoc. Prof. Dr. Şükrü Anıl TOYGAR - Tarsus University

Assoc. Prof. Dr. Ayşe ALİCAN ŞEN - Tarsus University

Prof. Dr. Ahmet ŞAHBAZ - Necmettin Erbakan University

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Nuri SALUR - Necmettin Erbakan University

Assist. Prof. Dr. Mustafa GÖMLEKSİZ - Necmettin Erbakan University

Assist. Prof. Dr. Nahit YILMAZ - Necmettin Erbakan University

Assist. Prof. Dr. S. Ece GÜMÜŞ ÖZUYAR - Necmettin Erbakan University

Assist. Prof. Dr. Fatih KALECİ - Necmettin Erbakan University

CONFERENCE SECRETERIAT

Ress. Asst. Ahmet KAYA - Tarsus University

Ress. Asst. Aynur SÜSAY - Tarsus University

Ress. Asst. Dilan ÖZDEMİR - Tarsus University

Ress. Asst. H. Büşra CAN - Tarsus University

Ress. Asst. İpek GÜRSOY - Tarsus University

Ress. Asst. Musa ÖZÇELİK - Tarsus University

Ress. Asst. Safa KOCADEMİR - Tarsus University

Ress. Asst. Şüra MUSHTAQ - Tarsus University

Ress. Asst. Damlanur ARI - Tarsus University

Ress. Asst. Gizem Nur KORDALI - Tarsus University

Ress. Asst. Muhammed TURĞUT - Tarsus University



SCIENTIFIC COMMITTEE

- Prof. Dr. A. Asuman AKDOĞAN** - Erciyes University
Prof. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN - Toros University
Prof. Dr. Abdullah KARAMA - Selçuk University
Prof. Dr. Abitter ÖZULUCAN - Niğde Ömer Halisdemir University
Prof. Dr. Adem ÖĞÜT - Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Adnan ÇELİK - Konya Selçuk University
Prof. Dr. Akif TABAK - İzmir Katip Çelebi University
Prof. Dr. Ali ALAGÖZ - Konya Selçuk University
Prof. Dr. Ali DERAN - Tarsus University
Prof. Dr. Andrés PEREA - Maastricht University
Prof. Dr. Arif KÖKTAŞ - Mersin University
Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN - Mersin University
Prof. Dr. Ayşehan ÇAKİCİ - Mersin University
Prof. Dr. B. Zafer ERDOĞAN - Anadolu University
Prof. Dr. Biagio SIMONETTI - Università Degli Studi Del Sannio
Prof. Dr. Birdoğan BAKİ - Karadeniz Technical University
Prof. Dr. Branislav RADELJIC - Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Burcu ERŞAHAN - Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof. Dr. Cem SAATÇIOĞLU - İstanbul University
Prof. Dr. Cemal ALTAN - Mersin University
Prof. Dr. Cemile ÇELİK - Mersin University
Prof. Dr. Çiğdem KIREL - Anadolu University
Prof. Dr. Erdiñç KARADENİZ - Mersin University
Prof. Dr. Erkan AKTAŞ - Mersin University
Prof. Dr. Fatih DOĞANOĞLU - Adıyaman University
Prof. Dr. Fatma TEKTÜFEKÇİ - Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Gönen DÜNDAR - İstanbul University
Prof. Dr. H. Bahadır AKIN - Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Hacı KURT - Mersin University
Prof. Dr. Hacı Mustafa PAKSOY - Gaziantep University
Prof. Dr. Haluk KORKMAZ YÜREK - Toros University
Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL - Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Hasan Kürşat GÜLEŞ - Konya Food and Agriculture University
Prof. Dr. Haydar AKYAZI - Karadeniz Technical University
Prof. Dr. Hayrettin USUL - İzmir Katip Çelebi University
Prof. Dr. Hüseyin DAĞLI - Karadeniz Technical University



- Prof. Dr. Hüseyin Mualla YÜCEOL** - Mersin University
Prof. Dr. İhsan Erdem SOFRACI - Mersin University
Prof. Dr. İhsan KAMALAK - Mersin University
Prof. Dr. İlhan EGE - Mersin University
Prof. Dr. İsa İPÇİOĞLU - Bilecik Şeyh Edebali University
Prof. Dr. İsmail TUNCER - Mersin University
Prof. Dr. İzzettin TEMİZ - Mersin University
Prof. Dr. Jan FIDRMUC - Université de Lille
Prof. Dr. Jha AVDESH - CVM University, India
Prof. Dr. José-Ignacio ANTÓN - University of Salamanca
Prof. Dr. Kertész Krisztián ANDRÁS - National University of Public Service
Prof. Dr. Khaldoun KHASHANAH - Stevens Institute of Technology
Prof. Dr. Köksal HAZIR - Toros University
Prof. Dr. Kürşat Haldun AKALIN - Osmaniye Korkut Ata University
Prof. Dr. M. Atilla ARICIOĞLU - Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. M. Şükrü AKDOĞAN - Erciyes University
Prof. Dr. Mehmet CİHANGİR - Osmaniye Korkut Ata University
Prof. Dr. Mehmet İNCE - Tarsus University
Prof. Dr. Mehmet İsmail YAĞCI - Mersin University
Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ - Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr. Müjdat AVCI - Osmaniye Korkut Ata University
Prof. Dr. Murat ÇEMREK - Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Mustafa ACAR - Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Mustafa AKAR - Osmaniye Korkut Ata University
Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN - Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof. Dr. Nejat BASIM - Başkent University
Prof. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU - Niğde Ömer Halisdemir University
Prof. Dr. Önder KUTLU - Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Onur ÖZSOY - SoLBridge Int. School of Business
Prof. Dr. Orhan KÜÇÜK - Sakarya Applied Science University
Prof. Dr. Osman KARAMUSTAFA - Rize Recep Tayyip Erdoğan University
Prof. Dr. Özlem ÖZDEMİR - Middle East Technical University
Prof. Dr. Rabia ÖZPEYNİRCİ - Karamanoğlu Mehmetbey University
Prof. Dr. Ramazan AKTAŞ - TOBB University
Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK - Sakarya University
Prof. Dr. Rıfat İRAZ - Konya Selçuk University
Prof. Dr. S. Burak ARZOVA - Marmara University



- Prof. Dr. Salih GÜNEY** - İstanbul Aydın University
Prof. Dr. Selahattin KARABINAR - İstanbul University
Prof. Dr. Selçuk PERÇİN - Karadeniz Technical University
Prof. Dr. Selim KAYHAN - Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Serkan Yılmaz KANDIR - Çukurova University
Prof. Dr. Seval KARDEŞ SELİMOĞLU - Anadolu University
Prof. Dr. Sevtap ÜNAL - İzmir Katip Çelebi University
Prof. Dr. Tahir AKGEMCI - Konya Selçuk University
Prof. Dr. Tevfik AYTEMİZ - Mersin University
Prof. Dr. Turhan KORKMAZ - Mersin University
Prof. Dr. Veli KARGI - Mersin University
Prof. Dr. Yıldırım Beyazıt ÖNAL - Çukurova University
Prof. Dr. Zekeriya MIZIRAK - Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Zeki DOĞAN - Niğde Ömer Halisdemir University
Prof. Dr. Zeynep HATUNOĞLU - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Abdulkerim KARAASLAN - Atatürk University
Assoc. Prof. Dr. Ahmet KURTARAN - Karadeniz Technical University
Assoc. Prof. Dr. Altuğ Murat KÖKTAŞ - Necmettin Erbakan University
Assoc. Prof. Dr. Ayben KOY - İstanbul Ticaret University
Assoc. Prof. Dr. Ayhan DEMİRCİ - Toros University
Assoc. Prof. Dr. Ayşe ALİCAN ŞEN - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Azime TELLİ - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Banu TANRIÖVER - Osmaniye Korkut Ata University
Assoc. Prof. Dr. B. Gülsün NAKİBOĞLU - Çukurova University
Assoc. Prof. Dr. Cansel OSKAY - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Cihan YÜKSEL - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Ç. Erkan AKYÜREK - Ankara University
Assoc. Prof. Dr. Dilşad GÜZEL - Atatürk University
Assoc. Prof. Dr. Dragos BOZDOG - Stevens Institute of Technology
Assoc. Prof. Dr. E. Yaşa ÖZELTÜRKAY - Çağ University
Assoc. Prof. Dr. Emel BAHAR - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Ercan ÇİÇEK - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Erdal BAYRAKÇI - Necmettin Erbakan University
Assoc. Prof. Dr. Erhan ÖRSELLİ - Necmettin Erbakan University
Assoc. Prof. Dr. Esra DİK - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Fatih KAPLAN - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Fatma İNCE - Mersin University



- Assoc. Prof. Dr. Ferhat PEHLIVANOĞLU** - Kocaeli University
Assoc. Prof. Dr. Feyyaz ZEREN - Yalova University
Assoc. Prof. Dr. Filiz Güneysu ATASOY - Osmaniye Korkut Ata University
Assoc. Prof. Dr. Fuat LEBE - Osmaniye Korkut Ata University
Assoc. Prof. Dr. Gökhan BOZBAŞ - Necmettin Erbakan University
Assoc. Prof. Dr. Gülden ŞIŞMAN - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. H. Hüseyin TEKİN - Necmettin Erbakan University
Assoc. Prof. Dr. H. Yasemin ÖZUĞURLU - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. İbrahim Efe EFOĞLU - Adana Alparslan Türkeş Uni.
Assoc. Prof. Dr. İlkay YILMAZ - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. İskender PEKER - Gümüşhane University
Assoc. Prof. Dr. K. Özcan ATILGAN - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Kemal YAMAN - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Muhammet SAYGIN - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Murat Can GENÇ - Karadeniz Technical University
Assoc. Prof. Dr. Murat GÜLMEZ - Çağ University
Assoc. Prof. Dr. Mustafa KILLI - Osmaniye Korkut Ata University
Assoc. Prof. Dr. Mutlu Yüksel AVCILAR - Osmaniye Korkut Ata University
Assoc. Prof. Dr. Ömer ALKAN - Atatürk University
Assoc. Prof. Dr. O. Başar ÖZBOZKURT - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Orhan Veli ALICI - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Oya KORKMAZ - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Özge KORKMAZ - Malatya Turgut Özal University
Assoc. Prof. Dr. Pınar YARDIMCI - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Saffet AKDAĞ - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Samet EVCİ - Osmaniye Korkut Ata University
Assoc. Prof. Dr. Semiha AYTEMİZ - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Serkan ŞAHİN - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Serpil TOMAK - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Sezen BOZYİĞİT - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Sinem EYÜBOĞLU - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Şükrü Anıl TOYGAR - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. Sümeyra GAZEL - Yozgat Bozok University
Assoc. Prof. Dr. Tuğba YOLCU - Tarsus University
Assoc. Prof. Dr. T. Turan TURABOĞLU - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Ufuk ORHAN - Mersin University
Assoc. Prof. Dr. Uğur Korkut PATA - Osmaniye Korkut Ata University



- Assoc. Prof. Dr. Uğur SEVİM** - Giresun University
Assoc. Prof. Dr. Yunus ZENGİN - Kafkas University
Assoc. Prof. Dr. Yusuf Ekrem AKBAŞ - Adıyaman University
Assist. Prof. Dr. Alperen AĞCA - Osmaniye Korkut Ata University
Assist. Prof. Dr. Andrew Adewale ALOLA - İstanbul Gelişim University
Assist. Prof. Dr. Ata KAHVECİ - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Aysel TEKGÖZ OBUZ - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Ayşe ARI - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Ayşe ERGİN ÜNAL - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Aysel TEKGÖZ OBUZ - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Aytül GÜNEŞER DEMİRCİ - Mersin University
Assist. Prof. Dr. B. Bilge SAĞLAM - Dokuz Eylül University
Assist. Prof. Dr. Beyhan BELLER DİKMEN - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. B. İrem SELAMOĞLU - Osmaniye Korkut Ata University
Assist. Prof. Dr. Burcu Şefika DOĞRUL - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Caner ATIŞ - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Cenk KIRITOĞLU - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Ceren EVCİMEN - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Ebru ARICIOĞLU - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Elifcan DURSUN - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. E. Kerime SİLAHTAROĞLU - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. E. AYRANCI BAĞRIAÇIK - Osmaniye Korkut Ata University
Assist. Prof. Dr. Emre YAKUT - Osmaniye Korkut Ata University
Assist. Prof. Dr. Ender GÜRGEN - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Erdem AKKAN - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Evren DENKTAŞ - Osmaniye Korkut Ata University
Assist. Prof. Dr. Fatih OKUR - Bayburt University
Assist. Prof. Dr. F. Banu BEYAZ SİPAHİ - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Gaye ONAN - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Gizay DAVER - Zonguldak Bülent Ecevit University
Assist. Prof. Dr. Göknil ERBAŞ DOĞAN - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Gülpembe OĞUZHAN - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Gülşen KIRPIK - Adıyaman University
Assist. Prof. Dr. Hakan YILDIRIM - İstanbul Gelişim University
Assist. Prof. Dr. Halil KANADIKIRIK - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. I. Şirin SELÇUK ÇAKMAK - Abant İzzet Baysal University
Assist. Prof. Dr. Kaan Kutlu ATAÇ - Mersin University



- Assist. Prof. Dr. M. Nasih TAĞ** - Mersin University
Assist. Prof. Dr. M. Nuri SALUR - Necmettin Erbakan University
Assist. Prof. Dr. M. Sami SÜYGÜN - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Melda AKBABA - Kilis 7 Aralık University
Assist. Prof. Dr. Mithat TURHAN - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Murat BERBEROĞLU - Artvin Çoruh University
Assist. Prof. Dr. Murat ERGÜL - Karabük University
Assist. Prof. Dr. Murat GENÇ - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. M. Mustafa KUTLUTÜRK - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Mustafa ATSAN - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Mustafa Can SAMIRKAŞ - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Mustafa Cüneyt ÖZŞAHİN - Necmettin Erbakan University
Assist. Prof. Dr. Mustafa GÖMLEKSİZ - Necmettin Erbakan University
Assist. Prof. Dr. Nahit YILMAZ - Necmettin Erbakan University
Assist. Prof. Dr. Nazmiye ÜLKÜ PEKKAN - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Necdet SEZAL - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Nilüfer YÜCEDAĞ ERDİNÇ - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Onur ŞEN - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Onur UÇAR - Osmaniye Korkut Ata University
Assist. Prof. Dr. Özgür Bayram SOYLU - Kocaeli University
Assist. Prof. Dr. Özlem İPEK - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Pınar MİÇ - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Sami SÜYGÜN - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Sami ZARİÇ - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Serkan NAS - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. S. Ece Gümüş ÖZUYAR - Necmettin Erbakan University
Assist. Prof. Dr. Şeyma AKIN - Necmettin Erbakan University
Assist. Prof. Dr. Talal AL SULEYMAN - Prince Sultan University
Assist. Prof. Dr. Tuğba AYDIN HALİSOĞLU - Tarsus University
Assist. Prof. Dr. Ümit DOĞRUL - Mersin University
Assist. Prof. Dr. Umut ÜZAR - Karadeniz Technical University
Assist. Prof. Dr. Xiaodi (Coco) ZHU - New Jersey City University
Dr. Amin SALIGHEHDAR - Stevens Institute of Technology
Dr. İsmail ÇAKMAK - Ordu University
Dr. Kerem KİPER - Osmaniye Korkut Ata University
Dr. Saud ALMAHDI - Stevens Institute of Technology
Dr. Serdar GÖCEN - Osmaniye Korkut Ata University
Dr. Serkan ALKAN - Tarsus University



Contents/İçindekiler

General Information - Genel Bilgi	1
Partners of Organization - Destekleyen Kurumlar	3
Short Programme - Kısa Program	4
Programme - Program	6
Boards & Committees - Kurullar ve Komiteler	23
Yapay Liderlerden Doğal Beklentiler: Seçmenin Algokrası Algısı Natural Expectations From Artificial Leaders: The Voter's Perception Of Allogracy Nursena ÖZTÜRK KAPLAN	42-43
Dijital Yönetim ve Dijital Akıllı Kent Yönetim Uygulamaları Digital Management And Digital Smart City Administration Applications Onur Kemal YILMAZ	44-45
İnternet Bağımlılığı Konulu Dijital Sosyal Reklama Yönelik Tüketici Tepkileri: #internetitadındakullan Reklam Kampanyasının Youtube Yorumlarının İncelenmesi Consumers' Responses To Digital Social Advertising On Internet Addiction: Analysis Of Youtube Comments On #Internetitadındakullan Campaign Onur Kemal YILMAZ	46-47
Linç Kültürü: Klavye İnfazı mı, Adalet İsteği mi? Cancel Culture: Keyboard Heroism Or Demand For Justice? Burak YERLİKAYA - Melih SEVER	48-49
Kamuda Dijital Dönüşümün Önündeki Engeller Barriers To Digital Transformation In The Public Sector Mevlüt Hürol METE	50-51
Otoregresif Entegre Hareketli Ortalama (Arıma) Modeli İle Yenidoğan Yoğun Bakım Servisine Hasta Yatış Talebinin Tahminlemesi Estimation Of In-Patient Demand To The Newborn Intensive Care Service By The Autoregressive Integrated Moving Average (Arıma) Model Onur DERSE - Müfide NARLI	52-53
Kamu Mali Yönetiminde Dijitalleşme Digitalization In Public Financial Management Hüseyin ERCAN	54-55
Devlette Yeniden Yapılanma ve Dijital Kamu Hizmetleri Reconstruction Of The State And Digital Public Services Derya AKTAŞ - Abdulcelil GAZİOĞLU	56-58
Sosyal Medyada Siyaset ve Dezenformasyon: Haber Metinlerine Yönelik Bir Söylem Analizi Politics And Disinformation In Social Media: A Discourse Analysis On New Texts Tuğba YOLCU - Mehmet Said KAYA	60-61
Kentsel Kamu Politikası Analizi: Büyükşehirlerde Kentsel Dijital Araçlar ve Uygulamaları Urgan Public Policy Analysis: Urban Digital Tools And Implementations In Metropolitan Ahmet YAMAN - Orhan Veli ALICI	62-63
Sağlık Hizmetlerine Erişimde Dijitalleşme: Madalyonun İki Yüzü Digitalization In Access To Health Services: Two Sides Of The Locket Şüra ALAN - Şükrü Anıl TOYGAR	64-65
Sağlık Çalışanlarında Teknostres: Sistematik Bir İnceleme Technostress In Healthcare Professionals: A Systematic Review Şüra ALAN - Gülpembe OĞUZHAN	66-68



Dijital Ekonomide Vergilendirme Sorunları: Türkiye ve Avrupa Birliğinde Yapılan Çalışmalar Taxation Problems In Digital Economy: Studies In turkey And The European Union Gamze MERCAN - Ali MERCAN	70-71
Sosyal Medyada İfade Özgürlüğü: Kamu Forumu Öğretisi Üzerine Güncel Bir Tartışma Freedom Of Expression On Social Media: A Current Discussion On Public Forum Doctrine Ahmet Melihsah ÇEVLİK	72-73
Dijitalleşme ve Gizlilik: Dezavantajlı Grup Olarak Çocukları ve Gençleri Bekleyen Riskler Digitalization And Privacy: Risks For Children Ond Youth As A Disadvantaged Group Bilal COŞAN	74-75
Sivil Toplum ve Gönüllülüğün Dijitalleşen Dünyadaki Yeri: E-Gönüllülük Civil Society And Voluntary Place In Digitizing World: E-Volunteering Sait AŞGIN - Merve ÖZCAN	76-77
Dijital Sağlık Teknolojisinde Dilemma Dilemma In Digital Health Technology Damlanur ARI	78-79
Devlette Dijital Dönüşüm: Dijital Dönüşüm Ofisi ve Açık Veri Projesi Digital Transformation In The State: Digital Transformation Office And Open Data Project Süleyman KİP - Hafijur RAHMAN	80-82
Yönetime Güveninin Sağlanmasında Bir Araç Olarak 20. Yılına Giren Bilgi Edinme Hakkı Kanununun Uygulama Başarısı Implementation Success Of The Law On The Right To Information, Entering Its 20th Anniversary As A Tool To Ensure Confidence In Management Ertuğrul Selçuk GÜLDÜLER	84-85
Sosyal Hizmette Elektronik Bilgi Sistemlerinin Kullanımının Hizmet Sunumu ve Mesleki Kimlik Üzerindeki Etkileri Effects Of Use Of Electronic Information Systems In Social Work On Service Provision And Professional Identity Gizemnur KORDALI	86-87
Saplık Kuruluşlarında Dijitalleşme ve Verimliliğin Önemli Bileşeni: Kuramsal Kaynak Planlama Digitalization And Important Component Of Efficiency In Healthcare Organizations: Enterprise Resource Planning Sema DÖKME YAĞAR	88-90
Dijitalleşmenin Sosyal Hizmet Alanına Yansımaları: İyi Uygulama Örnekleri Işığında Türkiye’de Sosyal Hizmet Sunumu ve Bilgi İletişim Teknolojilerinin Etkin Kullanımı Reflections Of Digitalization To Social Work: Social Work Presentation And The Effective Use Of Information Communication Technologies In The Light Of Good Practice Examples Ayşe ALİCAN ŞEN	92-93
Covid-19 Öncesi ve Sonrası Sağlık Harcamalarının Enflasyona Etkisi: Euro Bölgesi The Effect Of Health Expenditures On Inflation Before And After Covid-19: Euro Area Ezgi DOĞAN	94-95
Feminizm ve Çocuk Hakları Perspektifi Bağlamında Sharenting Kavramı The Concept Of Sharenting In The Context Of Feminism And Children’s Rights Perspective Hatice Büşra CAN	96-97



Dijital Araçlarla Özendirilen "Zorbalık ve Linç Kültürü": Genç Kuşaklar Bağlamında "Bullying And Lynching Culture" Encouraged By Digital Tools: In The Context Of Youth Generations Aysel TEKGÖZ OBUZ	98-99
Covid-19 Pandemisine Epistemik Paternalizm Bağlamında Bakmak: kamu Otoritesinin Dezenformasyonla İmtihani Loking At The Covid-19 Pandemic In Context Of Epistemic Paternalism: The Challenge Of Public Authority With Disinformation Halil KANADIKIRIK	100-102
Kriptopara ve Siber Güvenlik İle İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi Bibliometric Analysis Of The Articles Published On Crypto-Currency And Cyber Security Ayşegül KURTULGAN - Gözde ELBİR MERMER	104-105
Bitcoin, Ethereum, And BNB: A Vector Autoregression Analysis On Cryptocurrencies Bitcoin, Ethereum ve BNB: Kriptoparalar Üzerine Bir Vektör Otoregresyon Analizi Esin DEMİREL	106-107
Siyasi ve Ekonomik Gelişmelerin Bist Yatırımcısına Etkisi The Effect Of Political And Economic Developments On Bist Investors Abdulmuttalip PİLATİN	108-109
Sigortacılık Sektöründe Dijitalleşme ve Insurtech Kavramı Digitalization And Insurtech Concept In The Insurance Industry Veli SİPAHİ - Batuhan MEDETOĞLU	110-111
Döviz Kuru Riskinin Riske Maruz Değer Modeli İle Hesaplanması: Tarihsel Similasyon Yaklaşımı Örneği Measuring Exchange Rate Risk With Value At Risk Model: Evidence From Historical Simulation Approach Mercan HATIPOĞLU	112-113
ICT, Financial Development And Sustainable Tourism In Ghana Alhassan MUSAH - İbrahim Nandom YAKUBU - Abdul-Fatawu SHAIBU	114
İklim Politikalarındaki Belirsizlikler Finansal Piyasalarda Korkuya Neden Oluyormu? Do The Uncertainty In Climate Policies Cause Fear In Financial Markets? Nisa ALPARSLAN - Saffet AKDAĞ	115-116
Banka Kartı ve Kredi Kartı Kullanıcılarının Covid-19 Sürecinde Ödeme ve Alışveriş Davranışlarındaki Değişimler Changes In Payment And Shopping Behaviors Of Debit Card And Credit Card Users During The Covid-19 Process Mustafa BEYBUR	117-119
CDS Primleri İle Bist Sektör Endeksleri Arasındaki İlişki The Relationship Between CDS And Bist Sector Indexes Gülsüm KIZILTOPRAK - Kemal EYÜBOĞLU	121-122
Fintekler İle Ödeme Sistemlerine Yeni Bir Bakış A New Perspective To Payment Systems With Fintechs Ayyüce YALIN MERSİNPİNAR - Serkan ŞAHİN	123-124
Yapay Zeka, Makine Öğrenmesi ve Derin Öğrenmenin Finansal Sistem Üzerindeki Etkisi The Effects Of Artificial Intelligence, Machine Learning And Deep Learning On Financial System Serkan ŞAHİN	125-126



The Effects Of Credit Rating Announcements On Shares: The Case Of Turkey Rana TORUN - Ahmet YAKUP ERKILIÇ	126-127
Finans Sektöründe Dijitalleşme Uygulamalarının Analizi Analyzing Of Digitalization Applications In The Finance Sector Hale Nur GÜLER	128-129
Fintech ve Tedarik Zinciri Finansmanı Fintech And Supply Chain Finance Oylum Şehvez ERGÜZEL - Seren ÖZSOY - Ece Nur DEMİR	130-131
Kripto Varlıklar İle Portföy Oluşturma: Bir Model Portföy Önerisi Portfolio Construction With Cryptoassets: A Model Portfolio Proposal Erdi BAYRAM - Tufan SARITAŞ	132-133
Finansal Teknolojinin Yeşil Enerji Yatırımlarının Arttırılması İçin Önemli The Importance Of Financial Technology For Increasing Green Energy Investments Serhat YÜKSEL - Hasan DİNÇER	134-135
Kripto Para Birimleri mi Geleneksel Finansal Varlıklar mı: Bir Yatırım Analizi Cryptocurrency Markets Versus Traditional Financial Markets: An Investment Analysis Önder BÜBERKÖKÜ - Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN	136-137
Governance Quality, Political Connections And The Phenomenology Of Earnings Management: A Systematic Literature Review Nasredine FATHELKHIR - Said KARAM - Othman GAGA	138
Kripto Paralar ve Türk Lirasıyla Olan İlişkileri Üzerine Bir Analiz: Toda-Yamamoto Nedensellik Testi ile İnceleme An Analysis On Cryptocurrencies And Their Relations With The Toda-yamamoto Causality Test Ayşegül KIRKPINAR	140-141
G7 Ülkelerinde İnovasyon ve İktisadi Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi The Relationship Of Innovation And Economic Growth In G7 Countries: Panel Data Analysis Bahar OĞUL	142-143
Küreselleşme Sürecinde Finansallaşmanın Gelir Dağılımı üzerindeki Etkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Ampirik Bir İnceleme The Effect Of Financialization On Income Distribution In The Process Of Globalization: An Empirical Analysis On The Turkish Economy Bahar OĞUL	144-145
Tedarik Zincirinde Dijital Dönüşüm: Arttırılmış Gerçeklik Digital Transformation In The Supply Chain: Augmented Reality Seren ÖZSOY - Ece Nur DEMİR - Oylum Şehvez ERGÜZEL	146-147
Yatırımcı Duyarlılığının Pay Piyasası Yatırımlarına Etkisi The Effect Of Investor Sentiment On Equity Market Investments Yasemin YURTOĞLU - Aynur SÜSAY	148-150
Temiz Enerji Yatırım Fonlarında Zayıf Formda Etkinliğin Doğrusal ve Doğrusal Olmayan Birim Kök Modelleriyle Analizi The Analysis Of Weak Form Efficiency In Clean Energy Traded Funds With Linear And Nonlinear Unit Root Models Nazlıgül GÜLCAN	152-153
Multi-Scale Sample Entropy Analysis Of The Turkish Stock Market Efficiency Serkan ALKAN	154



Hanehalkı Dijital Teknolojisi ve Hane Geliri Household Digital Technology And Household Income Behice CANATAN - Gökhan ÖZBİLGE - Egemen İPEK	155-156
Dijital Ekonomi Literatürü Üzerine Bilimetric Bir Analiz A Scientometric Analysis On Literature Of Digital Economy Özlem İPEK	157-158
Yenilebilir Enerji Kullanımı ve Ekonomik Büyümenin Sürdürülebilir Ekonomik Kalkınmaya Etkisi: G7 Ülkeleri Üzerine Panel Eşbütünleşme Analizi The Effect Of Renewable Energy Use And Economic Growth On Sustainable Economic Development: A Panel Cointegration Analysis On G7 Countries İrfan ERSİN	159-160
Hanehalkı İnternet Kullanımı İle Enerji Yoksulluğu İlişkisi: Türkiye'den Kanıtlar The Nexus Between Household Internet Use And Energy Poverty: Evidence From Turkey Özlem İPEK	162-163
Seçili Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Pazarlara Açılma Esneklikleri Flexibility Of The Selected Service Sectors To Get Into International Markets Dilan ÖZDEMİR	164-165
Endüstriyel Metal Fiyatları Üzerine Bir İnceleme A Study On Industrial Metal Prices Sefa KOCADEMİR - Fatih KAPLAN	166-167
Türkiye'de Kamu ve Özel Sektör Açısından Mevcut Saatten Daha Fazla Çalışma Working More Than The Current Hours In Turkey For The Public-Private Sector Gökhan ÖZBİLGE - Behice CANATAN - Egemen İPEK	168-169
E7 Ülkelerinde Elektrik Tüketimi, Ekonomik Büyüme, Bit ve CO2 Emisyonu Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi Econometric Analysis Of The Relationship Between Electricity Consumption, Economic Growth, Ict And CO2 Emissions In E7 Countries Rümeysa UÇAROĞLU - Sinem EYÜBOĞLU	170-171
The Effect Of Random Consumer Demand On Manufacturer And Retailer Decisions Ümmühan AKBAY	172
Altın, Döviz ve Türk Lirası Mevduatları Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Bir İnceleme The Relationship Between Gold, Foreign Exchange And Turkish Lira Deposits: A Study On Turkey Abdulkadir Sezai EMEÇ	173-174
Kriz Sonrası Dönemlerde Altın Fiyatlarına Yeniden Bakış A Revision Of Gold Prices In The Post-Crisis Periods Abdulkadir Sezai EMEÇ	175-176
Sektör Reel Efektik Döviz Kur Endekslerinde Yakınsama Var mı? Is There A Convergence In The Sector Real Effective Exchange Rate Indexes? Fatih KAPLAN - Ahmet KOLUMAN	177-178
Türkiye'nin Konut Piyasası Üzerine Bir Değerlendirme An Evaluation Of Turkey's Housing Market Ali Rıza AKTAŞ	179-180
Challenges And Opportunities For Export Trade Facilitation Practices In Ethiopia And Single Window System Ousman Mohammed YIMAM	181



Kripto Paralar, Geleneksel Finansal Yatırım Araçlarına Karşı Güçlü Bir Alternatif Olabilir mi? Can Crypto Coins Be A Strong Alternative To Traditional Financial Investments? Cansu GÜVEN	182-183
Laboratuvar Deneyleri ve Kültürel Farklar Laboratory Experiments And Cultural Differences Burak Kağan DEMİRTAŞ - Abdullah DOĞAN	184-185
Türkiye’de Sosyal Koruma Harcamaları Ekonomik Büyüme İlişkisi The Relationship Between Social Protection Expenditures And Economic Growth In Turkey Nesrin AKBULUT - Aykut BAŞOĞLU	186-188
Denetimde Akıllı Süreç Otomasyonu Intelligent Process Automation In Audit Ulukan BÜYÜKARIKAN - Birkan BÜYÜKARIKAN	190-191
Özel Ürün Bağlamında Üretici-Perakendeci İlişkisi Manufacturer-Retailer Relationship In The Context Of Private Label Faruk GÜVEN	192-193
Türkiye’nin Küresel İnovasyon Endeksi Puanlarını Tahmin Etmede Öznitelik Seçimi ve Yapay Sinir Ağı Yaklaşımı Feature Selection and Artificial Neural Network Approach For Predicting Global Innovation Index Score Of Turkey Rabia Sultan YILDIRIM - Murat OTURAKÇI	194-195
Turizm Alanında Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Üzerine Bibliyometrik Bir Araştırma A Bibliometric Research On Electronic Word-Of Mouth In Tourism Mahmut BAKIR	196-197
Endüstri 4.0 ve Akıllı İşletmelerde Muhasebe Industry 4.0 And Accounting In Smart Business Ayşe Nur BUYRUK AKBABA - Nurcan BULUT	198-199
Dijitalleşmenin Sektörlere Göre Etkisi, Türkiye Dijital Dönüşüm Endeksine Yönelik Bir İnceleme The Effect Of Digitalization By Sector, An Examination According To Turkey Digital Transformation Index Nurcan BULUT - Ayşe Nur BUYRUK AKBABA	200-201
Koronavirüs Pandemisinde Türkiye’de Sayısal Uçurum Digital Divide In Turkey During The Coronavirus Pandemic Cem GÜRLER	202-203
Market Markalı Ürünleri Tercih Etmede Etkili Olan Unsurlar Elements Effective To Prefer Market-Branded Products Yağmur EREN - Halil İbrahim ŞENGÜN	204-205
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Stratejilerinin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkisi The Effect Corporate Social Respo Sibility Strategies On Employees Intention To Quit Ayşe Gözde İYİCİL	206-207
Tarım İşletmelerinde Toplum 5.0’ın Uygulanmasına Yönelik Öneriler Recommendations For Implementing Society 5.0 In Agricultural Enterprises Ethem TOPÇUOĞLU	208-209
Dijital Dönüşüm Tarımsal Kooperatiflerin Karşılaştığı Zorluklar Challenges Face Agricultural Cooperatives In Digital Transformation Abdulkadir FASAL	210-211



2. El Çocuk Ürünleri Kategorisinde Alıma Etki Eden Motivasyonlar ve Engeller Motivations And Obstacles Effecting Buying Of 2 nd Hand Kid's Products Fatma Özge BARUÖNÜ	212-213
Yeşil Pazarlama Anlayışında Eko-Etiketleme Konusu Üzerine Bibliyometrik Bir Çalışma A Bibliometric Study On Eco-Labeling In Green Marketing Approach Sakine ÇETİN - Yağmur EREN - Halil İbrahim ŞENGÜN	214-215
A Conceptual Model To Explore The Paths Between Ai-Adoption Level Of Service Firms, Corporate Brand Image And Customer Satisfaction Serap SARP	216
İşletmelerin Dijital Dönüşüm Sürecindeki Dijital Yetenekler Digital Capabilities In The Digital Transformation Process Of Businesses Ebru DEMİREL - Seyhan ÖZDEMİR	217-218
İslami Perspektifinden İnsan Kaynakları Yönetimi Sistemi Human Resources Management System From Islamic Perspective Nasser M. E. ALGHALBAN	219-220
Örgütler ve Dijitalleşme: Endüstri 4.0'ın Örgütsel Davranışa Etkisi Organizations And Digitalization: Impact Of Industry 4,0 On Organizational Behaviour Ümit ŞEVİK	221-223
İnovasyon ve İç Girişimcilik İlişkisinde Sosyal Medyanın Rolü The Role Social Media On The Relationship Between Innovation And Intrapreneurship Ali Şükrü ÇETİNKAYA - Feyza Nur ÖZTURK	225-226
Pazarlama Yönetiminde Pazarlama Müdür Yerine Yapay Zeka Algoritmalarının Kullanımı İmkani The Possibility Of The Replacement Of The Marketing Manager With The Artificial Intelligence Algoritms Kazım Selçuk TUZCUOĞLU	227-228
İşletmelerin Metaverse Evrenlerinde Markalaşması: Dijitalleşmenin Avatar Ekonomisi Açısından ANALIZI Branding Of Businesses In Metaverse Universe: Analysis Of Digitalization In Of Avatar Economy Cihan SARI - Rana TORUN	229-230
Sanal Kaytarma Alanını Genişletiyor mu? Nesnelerin İnterneti ve Çalışanlar Üzerine Etkileri Does Cyberloafing Expand Its Scope? The Internet Of Things And Its Effects On Employees Fatih SOBACI	231-233
Dünyadan Bazı Örneklerle Şirketlerde Büyük Veri Kullanımı Use Of Big Data In Companies With Some Examples From The World Sidar AĞDUK	234-235
Farklı Dillerdeki Haber Metinlerinin Sınıflandırılması Classification Of News Texts In Different Languages Ayfer POLAT - Emrah AYDEMİR - Sidar AĞDUK	236-237
Üniversitelerin Sosyal Medya Hesaplarının Halkla İlişkiler Bağlamında Kullanılmasına Yönelik Bir Karşılaştırma A Comparison On The Use Of Social Media Accounts Of Universities In The Context Of Public Relations Hasan ALTİNCİK	238-239
Bilgi Edinmede Sosyal Medyanın Rolü: Muhasebe Gruplarına Yönelik Bir Araştırma The Role Of Social Media In Information: A Research For Accounting Groups Özlem DOĞAN	240-241



Temassız Turizm: Modern Çağın Yeni Turizm Pazarlaması Anlayışına Yönelik Sistematik Literatür İncelemesi	
Untact Tourism: A Systematic Literature Review For The New Concept Of Tourism Marketing In The Modern Age	
Selçuk Efe KÜÇÜKKAMBAK - Fatma ÇAKIR - Mesut ÇAKIR	242-243
Merkeziyetsiz Otonom Organizasyonlarda Çevik İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Kavramsal Bir Çalışma	
Agile Human Resources Practices In Decentralized Autonomous Organizations: A Conceptual Study	
Esin YÜCEL KARAMUSTAFA	244-245
Dijital İş Ekosisteminde Yalın Girişimcilik ve Çevik İnovasyon İlişkisi	
The Relationship Between Lean Entrepreneurship And Agile Innovation In The Digital Business Ecosystem	
Esin YÜCEL KARAMUSTAFA - Burcu ARSAN	246-248
Bilgi Yönetiminin Takım Çalışmasına Etkisi: Sağlık İşletmeleri Araştırması	
The Effect Knowledge Management On Teamwork: Health Enterprises Research	
Ali Şükrü ÇETİNKAYA	250-251
İşletmelerde Dijitalleşmenin Karanlık Tarafı: Bir Literatür Taraması	
The Dark Side Of Digitalization In Business Enterprises: A Literature Review	
Ömer Faruk ALADAĞ	252-253
A Fad Or The Future? Scrutinizing Cryptocurrency From A Marketing Point Of View	
Bedri Münir ÖZDEMİR	254
Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) Sistemlerinin Muhasebe Süreçlerine Etkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Firma Örneği	
The Impact Of Enterprise Resource Planning (ERP) Systems On Accounting Processes: A Case Of A Company In The Automotive Industry	
Şebnem ADA - Halil GÜLMEZ	255-257
İnsan Kaynakları Yönetiminin Etkinliğinin Artırılması İçin Dijital Strateji Örnekleri	
Examples Of Digital Strategy For Increasing The Efficiency Of Human Resources Management	
Oya ALHAN	259-261
Dijital Stratejilerin Şirketlerin Uzun Vadeli Hedeflerine Ulaşmadaki Rolü	
The Role Of Digital Strategies In Reaching The Long-Term Goals Of Companies	
Mehmet Ali ALHAN	263-264
Toplum 5.0'ın Sağlık Sektörüne Olan Katkılarına Yönelik Bir İnceleme	
A Review Of Society 5.0's Contributions To The Health Sector	
Engin KARAFKIOĞLU	265-266
Kriz Koşullarında Dijitalleşme Yönetimi	
Digitalization In Crisis Conditions	
Alperen MANISALIGİL	267-268
Uluslararası Ticarete Dijital Gümrük Uygulamalarının Önemi	
The Importance Of Digital Customs Applications In International Trade	
İpek GÜRSOY - Muhammed TURĞUT	269-270
Ekonomik Kriz Döneminde Tüketicilerin Kredi Kartı Kullanımı	
Credit Card Use Of Consumers In The Period Of Economic Crisis	
Figen ÖCAL - Süphan NASIR	271-272



Enflasyonist Ekonomi ve Pandemi Etkisinde Tüketicilerin Tatil Tercihleri Holiday Preferences Of Consumers Under The Effect Of The Inflationist Economy And The Pandemic	
Süphan NASIR - Merve KIR	273-274
Geleceğin Öğrenme Metodolojisi: Sürükleyici Sanal Ortamlarda Bağlamsal Öğrenme Learning Methodology Of The Future: Contextual Learning In Immersive Virtual Environments	
Mehtap BATTAL	275-277
Sanayi Firmalarının Dijital Pazarlama Yetenekleri Digital MARKeting Capabilities Of Industrial Companies	
Kazım Selçuk TUZCUOĞLU - Mehtap BATTAL	279-280
Dijitalleşme ve Stres Üzerine Bir İnceleme A Review On Digitalization And Stress	
Şener UYSAL	281-282
"Dijital Liderlik" Konusunda Yapılmış Çalışmaların Bibliyometrik Analizi Bibliometric Analysis Of Studies On "Digital Leadership"	
Zümral GÜLTEKİN	283-284
Bir Üretim İşletmesinin Dijital Dönüşüm Süreci: Tekli Vaka Analizi Digital Transformation Process Of A Manufacturing Business: A Single Case Analysis	
Nisa EKŞİLİ	285-286
Türkiye'deki İhracata Yönelik Devlet Destek Programlarında Dijital Dönüşüm Digital Transformation In Government Support Programs For Export In Turkey	
Mehmet Sami SÜYGÜN	287-288
İnovasyon Yönetiminde Dijitalleşme Digitalization In Innovation Management	
Mehmet Sami SÜYGÜN	289-290
Katılım Bankalarında Uygulanan Aaoifi Standartları İle İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Analizi A Bibliometric Analysis Of The Studies On Aaoifi Standards Applied In Participation Banks	
Musa ÖZÇELİK	291-292
Seyahat Endüstrisinde Oyunlaştırma Uygulamaları Applications Of Gamification In The Travel Industry	
Osman Seraceddin SESLİOKUYUCU	293-294
Teknolojik Gelişmelerin Muhasebe Mesleği Üzerindeki Etkileri The Effects Of Technological Developments On The Accounting Profession	
Ahmet Cemkut BADEM - Yüsrân İSMAİLOĞLU	295-296
İşletmelerde Dijital Dönüşümün İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci Üzerine Etkisi: Kavramsal Bir Değerlendirme The Effect Of Digital Transformation In Businesses On The Recruitment Process In Human Resources Management: A Conceptual Evaluation	
Erhan KILINÇ - Şeydanur KOÇAK	297-298
Blokzincir Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine Ulaşmada Kilit Bir Teknoloji Olabilir mi? Literatür Taraması İle Bir Değerlendirme Could The Blockchain Be A Key Technology In Achieving Sustainable Development Goals? An Evaluation Through A Literature Review	
Bilgen AKMERMER	299-300



Metaverse'te Dijital Varlıkların Raporlanması Reporting Of Digital Assests In The Metaverse V. Evrim ALTUK ÖZTÜRK	301-302
Stratejik Çeviklik İle Değer Yaratan İnovasyon: Müşteri ve Son Kullanıcı Gözünden Bir İnceleme Innovation That Creates Value With Strategic Agility: A Review From Customer And End User Eyes Cemalettin Öcal FİDANBOY	303-305
The Expansion Of Rights Violations In Digital Business: A Truth To Be Faced Pr BAKI BOUKEMIDJA Nadjiba	306
Büyük Veri Bir Fırsat mıdır Yoksa Tehdit mi: Muhasebe ve Denetim Perspektifinden Bir Değerlendirme Is Big Data An Opportunity Or A Threat: An Analysis From Accounting And Audit Perspective Adem ÖĞÜT - Abdullah BAĞCI	307-308
Examination Of The Relationship Between Digital Transformation, Organizational Learning, And Strategy Gökhan TANRIVERDİ	309
Yükselen Şirket mi, Tarihe Karışan Şirket mi? Vuca Dünyasında Liderliğin Yapı Taşları Rising Company Or Disappearing Company? Building Blocks Of Leadership In The Vuca World Adem ÖĞÜT - Hala ABUDBAA - Nahit YILMAZ	310-311
Metaverse Uygulamaları ve Dış Ticaret Metaverse Applications And Foreign Trade Ata KAHVECİ - Onur TOS	312-313
Dijital Yönetim ve Strateji; Genç Dostu Birimi Örneği Digital Management And Strategy; Example Of Youth Friendly Center Özgül ÖRSAL	314-315
Kurumsal Verimlilik Skorkartı BSC'nin Stratejik Yönetimde Verimlilik Maliyetleri Üzerine Etkisi Impact Of Corporate Productivity Scorecard BSC On Efficiency Costs In Strategic Management Özgül ÖRSAL - Nurullah UÇKUN	316-317
Endüstri 4.0'ın Maliyet ve Yönetim Muhasebesine Etkileri Impacts Of Industry 4.0 On Cost And Management Accounting Yusuf AKPINAR - Zeynep HATUNOĞLU	318-319
Adana ve Kayseri Havalimanı Performanslarının Lopcow, Cocosu ve Waspas Yöntemleriyle Karşılaştırılması Comparison Of Adana And Kayseri Airport Performances Via Lopcow, Cocosu And Waspas Methods Nuh KELEŞ	320-321
Türkiye'deki Ulaştırma ve Depolama Faaliyetlerinin Etkinliği Üzerine Bir Analiz An Analysis On The Efficiency Of Transportation And Warehousing Operations In Turkey Gökçe MANAVGAT - Ayhan DEMİRCİ	322-324
Küresel Tedarik Zinciri ve Gıda Temin Krizleri Etkisinde Türkiye'de Lisanslı Depoculuk Licensed Warehouse In Turkey Against The Global Supply Chain And Food Supply Crises Celil DURDAĞ - Faruk TAŞKIRAN	326-327



Lojistik Sistemindeki Sermaye Yatırımları ve Uzun Dönemli Ekonomik Büyüme: OECD Ülkeleri İçin Bir Panel ARDL & NARDL Analizi Capital Investment In Logistics System And Long-Run Economic Growth: A Panel ARDL & NARDL Analysis For OECD Countries Ömer DEMİR	328-329
Bulanık Lmaw Yöntemi İle Lojistik Endüstrisinde Robotik Sistem Seçimi Selection Of The Robotic Systems In The Logistics Industry With The Fuzzy Lmaw Technique Hande KÜÇÜKÖNDER - Ömer Faruk GÖRÇÜN	330-331
İmalat Sektöründe Yeşil Tedarik Zinciri Uygulamalarına İlişkin Zorluklar ve Çözüm Önerileri Barriers And Solution Proposals For Green Supply Chain Practices In Manufacturing Industry Alper ÖZAŞKIN - Ali GÖRENER	332-333
Tedarik Zinciri Yönetiminde İnovasyon: Görsel Haritalama Yoluyla Bibliyometrik Bir Analiz Innovation Supply Chain Management: A Bibliometric Analysis Via Visual Mapping Oğuz Emre BALKAR	334-335
Hava Yolu Taşımacılığı ve Tüketici Fiyatları İlişkisi: Brics Ülkeleri Örneği The Relationship Between Air Transportation And Consumer Prices: Evidence From Brics Countries Oğuz Emre BALKAR	336-337
Sürdürülebilir Kentsel Ulaşım Çözümleri: Muğla İlinde Bir Uygulama Sustainable Urban Transportation Solutions: An Implementation In Muğla Nedret ERBOY - Nihal TATAROĞLU	338-339



Abstracts

Özetler



YAPAY LİDERLERDEN DOĞAL BEKLENTİLER: SEÇMENİN ALGOKRASİ ALGISI

Nursena ÖZTÜRK KAPLAN

İstanbul Gedik Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3156-9502

ÖZET

Makine aracılığıyla öğrenimin son noktası olarak kabul edilen yapay zeka, insana dair bilişsel faaliyetleri taklit yoluyla öğrenmektedir. Kendi kendine düşünebilen, karar verebilen ve sonuca göre hareket edebilen bu teknolojinin, önceden belirlenmiş hedeflere ulaşmak için çevresel faktörleri de dikkate alan otonom karar mekanizmaları sayesinde geleceği şekillendirmede söz sahibi olacağı düşünülmektedir. İletişim, ulaşım, sağlık, savunma, hukuk ve eğitim gibi hayatın pek çok alanında yer alan yapay zeka uygulamaları, kamu sektöründe algoritmalara dayalı devlet yönetimi yani algokrasi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı, yapay zekanın gelecekte algoritmik bir devlet yönetiminde hükümete yardımcı ya da lider rolü üstlenip üstlenemeyeceğine karşı seçmen algısını analiz etmektir. Bu nedenle öncelikle 218 seçmene konuyla ilgili bazı sorular sorulmuş ardından yapay zeka hakkında bilgilendirme yapılarak aynı sorular tekrar sorulmuştur. Böylelikle yapay zekanın yönetime yardım etmedeki rolünü temsil eden algoritmik bürokrasi ile kamu liderlerinin, belediye başkanlarının ve devlet liderlerinin yapay zekaya sahip robotlar olması durumunu temsil eden yapay zeka politikacılığına karşı seçmenin hem mevcut düşünceleri hem de bilgilendirmenin düşünceleri üzerindeki etkisi SPSS 25.0 programı ile analiz edilmiştir. Yapılan analizlerin ardından seçmenin algoritmik bürokrasiye olan algısının olumlu olduğu ve yapay zeka politikacılığı ile ilgili bilgilendirmenin sonuçları olumlu yönde artırdığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka Liderliği, Algokrasi, Algoritmik Bürokrasi, Yapay Zeka Politikacılığı, Seçmen Algısı



NATURAL EXPECTATIONS FROM ARTIFICIAL LEADERS: THE VOTER'S PERCEPTION OF ALGOCRACY

Nursena ÖZTÜRK KAPLAN

İstanbul Gedik Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3156-9502

ABSTRACT

Artificial intelligence, which is accepted as the last point of teaching by machine, learns cognitive activities of human beings through imitation. It is thought that this technology, which can think for itself, make decisions and act according to the result, will have a say in shaping the future thanks to autonomous decision mechanisms that also take into account environmental factors in order to achieve predetermined goals. Artificial intelligence applications in many areas of life such as communication, transportation, health, defense, law and education appear as government based on algorithms in the public sector, namely algocracy. The aim of this study is to analyze the voter perception against whether artificial intelligence can play a role as an assistant or leader in an algocratic state administration in the future. For this reason, firstly, some questions were asked to 218 voters, and then the same questions were asked again by informing about artificial intelligence. Thus, the effect of the voters on both the current thoughts and the thoughts of the information was analyzed with the SPSS 25.0 program, against the algorithmic bureaucracy representing the role of artificial intelligence in helping the government and the artificial intelligence politicians representing the situation where public leaders, mayors and state leaders are robots with artificial intelligence. After the analysis, it has been determined that the perception of the voters towards algorithmic bureaucracy is positive and that informing about artificial intelligence politicians increases the results positively.

Keywords: Artificial Intelligence Leadership, Algocracy, Algorithmic Bureaucracy, Artificial Intelligence Politician, Voter Perception



DİJİTAL YÖNETİM VE DİJİTAL AKILLI KENT YÖNETİM UYGULAMALARI

Onur Kemal YILMAZ

Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2371-683X

ÖZET

İnsanlık, teknolojik atılımlar ile medeniyetini şekillendirmektedir. 1700'lerde başlayan Sanayi Devrimi, buhar gücünün basit çarkları döndürmesine dayanmaktaydı. Bu vizyon, insanlığı daha sonra elektriğe ve ilerleyen süreçte de bilgisayarlara götürmüştür. Şu anda içinde bulunduğumuz çağ, dijital teknolojiler ile şekillenmektedir. Kamu idaresi, ekonomi, sosyal ilişkiler, ticaret, sağlık, eğitim, ulaşım, sanat gibi insana ait tüm unsurlar dijital teknolojiler ile şekillenmeye devam edecektir. Bundan dolayı insanlığın dijital bir yaşam tarzının içine daha çok gireceğini öngörmek yanlış olmayacaktır. Dijital teknolojiler kentleri de şekillendirmektedir. Akıllı kentler bu vizyon üzerine gelişim göstermektedir. Bu süreçte kamu idaresi veya özel sektör işletmeleri tarafından kent yönetiminde kullanılacak dijital akıllı kent yönetim uygulamaları ortaya çıkmaktadır. Dijital teknolojiler ile çok daha etkin, verimli ve yerinde uygulamalar hayata geçmektedir. Ayrıca sorunların tespiti ve daha hızlı çözüm üretilmesi de mümkün olmaktadır. Konuyla ilgili olarak bu çalışmada amaçlanan; dijital akıllı kent yönetimi uygulama örneklerini tanıtmaktır. Araştırma içerisinde belgesel tarama yöntemi kullanılmış, internet siteleri doğrudan kaynak olarak ele alınmıştır. Yapılan araştırma sonucunda Dünyanın farklı ülkelerinden toplanan örneklerde görülmektedir ki; ulaşım, yemek, turizm, güvenlik, kamuda şeffaflık, yönetime katılım, kalabalık yönetimi, sürdürülebilir çevre yönetimi gibi birbirinden farklı konularda kent yönetimine etki edecek dijital temelli uygulamalar geliştirilmiştir ve aktif olarak kullanılmaktadırlar. Halkın gündelik yaşamlarından, kamu idaresinin kenti idare etmesine kadar kullanım alanları bulunmaktadır. Bu durum, kentlerin gelecekte çok daha fazla dijital temelli yönetim uygulamaları ile idare edileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Akıllı kent, Dijital yönetim



DIGITAL MANAGEMENT AND DIGITAL SMART CITY ADMINISTRATION APPLICATIONS

Onur Kemal YILMAZ

Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2371-683X

ABSTRACT

Humanity shapes its civilization with technological breakthroughs. The Industrial Revolution, which began in the 1700s, was based on steam power turning simple wheels. This vision led humanity to electricity and later to computers. The era we live in right now is shaped by digital technologies. All human elements such as public administration, economy, social relations, trade, health, education, transportation and art will continue to be shaped by digital technologies. Therefore, it would not be wrong to predict that humanity will enter a digital lifestyle more. Digital technologies are also shaping cities. Smart cities are developing on this vision. In this process, digital smart city management applications that can be used in city management by public administration or private sector enterprises are emerging. With digital technologies, much more effective, efficient and on-site applications are being implemented. It is also possible to detect problems and produce faster solutions. Regarding the subject, the aim of this study is; To introduce digital smart city management application examples. Documentary scanning method was used in the research, and internet sites were handled as a direct source. As a result of the research, it is seen in the samples collected from different countries of the world that; Digital-based applications have been developed and are actively used in different subjects such as transportation, food, tourism, security, public transparency, participation in management, crowd management, and sustainable environmental management. This situation shows that cities will be managed with more digital-based management applications in the future.

Keywords: Digitalization, Smart city, Digital management



İNTERNET BAĞIMLILIĞI KONULU DİJİTAL SOSYAL REKLAMA YÖNELİK TÜKETİCİ TEPKİLERİ: #İNTERNETİTADINDAKULLAN REKLAM KAMPANYASININ YOUTUBE YORUMLARININ İNCELENMESİ

Hediye AYDOĞAN

Akdeniz Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9696-9742

ÖZET

İletişim ve internet teknolojilerinin gelişmesine koşut olarak insanların gündelik yaşam pratiklerinde önemli değişimler meydana gelmiştir. Özellikle COVID-19 salgını döneminde salgının ilerlemesini önlemek amacıyla uygulanan karantina tedbirleri kapsamında insanlar evlere kapanmış ve bu süreçte iletişim kurma ve iş yaşamlarını idame ettirme gibi gereksinimleri internet kullanımlarında artışa sebebiyet vermiştir. Yaşanan bu gelişmeler, internetin aşırı kullanımının kontrol edilemeyişi ve bunun sonucunda gündelik yaşamın bozulmasını ifade eden internet bağımlılığının toplum için yaygın bir sorun olmasına yol açtığından bununla mücadele konusunda dünya çapında çeşitli girişimlerde bulunulmuştur. Bu noktada, internet bağımlılığından kaynaklı olabilecek gündelik sorunlara insanların en yoğun kullandığı dijital medyadan faydalanarak temas eden Samsung'un #İnternetiTadındaKullan sosyal reklam kampanyası Türkiye'de bu yönde gerçekleştirilmiş girişimlerden biridir. İnternet bağımlılığına ve bağımlılığın yarattığı sorunlara yönelik farkındalık geliştirmek ve internet bağımlılığıyla mücadeleye destek vermek amacıyla hazırlanmış bu kampanyanın tüketiciler tarafından nasıl algılandığını belirlemek bu tür girişimlere yönelik ileride atılacak adımları şekillendirmek açısından kıymetlidir. Buradan hareketle bu araştırmada ilk olarak Samsung'un #İnternetiTadındaKullan sosyal reklam kampanyasında ele alınan konuları tespit etmek amacıyla MAXQDA nitel veri analizi programında tematik analiz gerçekleştirilmiştir. Ardından, kampanyanın gerçekleştirildiği markanın YouTube kanalında paylaşılan reklamlara tüketiciler tarafından yapılan yorumlar, MAXQDA programı üzerinde nitel metin analizi yöntemine başvurularak analiz edilmiştir. Araştırmanın ilk kısmından elde edilen bulgular, reklamların “anı yakalama”, “siber zorbalık”, “yanlış gerçeklik algısı”, “çevredekileri ihmal etme”, “ebeveyn kontrolü” ve “sahte kimlik” konularına odaklandığını gösterirken, ikinci kısımdan elde edilen bulgular tüketicilerin dijital sosyal reklama yönelik olumlu algılarının olumsuz algılara göre daha yoğun olduğuna ışık tutmuştur. Yaygın olanın aksine korku çekiciliği kullanmak yerine hedef kitleyle duygusal bağ kuran bu tür çalışmaların daha çeşitli mecralarda hedef kitleyle buluşturulması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İnternet bağımlılığı, dijital sosyal reklam, YouTube yorumları, nitel metin analizi, tematik analiz.



CONSUMERS' RESPONSES TO DIGITAL SOCIAL ADVERTISING ON INTERNET ADDICTION: ANALYSIS OF YOUTUBE COMMENTS ON #INTERNETITADINDAKULLAN CAMPAIGN

Hediye AYDOĞAN

Akdeniz Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9696-9742

ABSTRACT

Parallel with the advances in internet and communication technologies, important changes happened in daily lives. Especially due to the quarantine precautions taken during the COVID-19 pandemic, people were stuck at homes, and their needs such as communication and sustaining their worklives led to an increase in their Internet usage. This caused the internet addiction – a type of addiction which deteriorates the daily lives as a result of the uncontrollability of the excessive Internet usage – to become a more common problem for the society, and various initiatives were attempted worldwide in order cope with it. One of the related initiatives in Turkey came from Samsung, which launched a digital social advertising campaign titled #InternetiTadındaKullan by benefitting from the digital media itself used frequently by consumers in order to touch upon the daily problems stemming from the Internet addiction. Understanding how consumers respond to this digital campaign is of great importance to shape the future steps taken for these initiatives. In this regard, in the first part of this study, five advertising videos of the campaign on YouTube were thematically analyzed on MAXQDA program to determine the specific themes addressed in the campaign. The second part applied qualitative textual analysis on consumers' comments on YouTube videos via MAXQDA program in order to understand their perceptions regarding the campaign. The findings from the first study showed that advertising videos focused on the "living the moment", "cyberbullying", "imreal reality perceptions", "neglecting the beloved ones", "parental control", and "fake identity" themes, while those from the second study indicated that the rate of the positive perceptions of consumers towards advertising was higher than the negative ones. Depending on the results, contrary to common practices, this study recommends campaigns to build emotional bonds with consumers rather than employing fear appeals, and to meet consumers in various media.

Keywords: Internet addiction, digital social advertising, YouTube comments, qualitative textual analysis, thematic analysis.



LİNÇ KÜLTÜRÜ: KLAVVE İNFAZI MI, ADALET İSTEĞİ Mİ?

Burak YERLİKAYA

Süleyman Demirel Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0001-5818-5114

Melih SEVER

Süleyman Demirel Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-3745-9275

ÖZET

Linç kültürü (Cancel Culture), sosyal medya sitelerinde insanların toplu şekilde bireyleri, kurumları veya toplulukları hedef alarak sorunlu gördükleri eylemlerini ifşa etmesi; toplumdan onları kınamalarını, tepki göstermelerini ve sonuç olarak daha önce sahip oldukları prestij, istihdam, statü, güç, para, imkân ve otorite ve benzerini kaybetmelerini amaçlayan bir toplu eylem biçimidir. Merriam Webster sözlüğüne göre ilk defa 2016 yılında kullanılan Linç (İptal) Kültürü kelime olarak “onaylamama ya da sosyal baskı uygulama amacıyla toplu olarak kişi ya da kurumlardan desteğini çekmesi” olarak tanımlanmıştır. Bazı sosyal medya kullanıcıları özellikle sorunlu gördükleri bireyleri veya onların eylemlerini çeşitli içerikler aracılığıyla ifşa ederek kınamaktadır. Düzenlenen hashtag kampanyalarında birçok ünlü kişinin hedef olarak seçilebildiği ve bu kişilere yaptırımlar uygulanabildiği görülebilmektedir. İptal kültürü, bir yandan bireylerin davranışlarının adaletli olması yönünde sosyal baskı sağlanması açısından faydalı görülürken, öte yandan, daha çok çağrı yapanların ahlaki açıdan iyi hissetmelerine ve ahlaki bağlılıklarını göstermelerine izin veren bir tür tiyatro, ‘kan dökme ritüeli’ olduğu yönünde eleştirilmektedir. Örnek vaka çalışması olarak tasarlanan çalışmada ünlü akademisyen ve psikolog Jordan Peterson’ın popüler medya platformu Twitter hesabının askıya alınması, iptal kültürü ve kimlik politikaları hakkındaki söylemleri incelenmiştir. Online platformlar üzerinden yapılan içerik incelemesinde Jordan Peterson’un Youtube üzerindeki konuşmaları, kitap ve makaleleri ve ayrıca Jordan Peterson hakkında Reddit ve ekşi sözlük gibi platformlardaki girdiler incelenmiştir. Bu örnek üzerinden yola çıkılarak iptal kültürünün nasıl uygulandığı ve doğruculuk ve adalet gibi söylemler kullanılarak bir araç haline getirildiği tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: sosyal medya, linç kültürü, sosyal adalet, Jordan Peterson.



CANCEL CULTURE: KEYBOARD HEROISM OR DEMAND FOR JUSTICE?

Burak YERLİKAYA

Süleyman Demirel Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5818-5114

Melih SEVER

Süleyman Demirel Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3745-9275

ABSTRACT

Cancel Culture is when people collectively target individuals, institutions or communities on social media sites and disclose actions that they deem problematic. It is a form of collective action that induce society to condemn targeted people, and to react. As a result, cancel culture threatens the targeted people with losing their prestige, employment, status, power, money, opportunity and authority. According to the Merriam Webster dictionary Cancel Culture, which was used for the first time in 2016, is defined as the “practice or tendency of engaging in mass canceling as a way of expressing disapproval and exerting social pressure”. Some social media users condemn individuals or their actions they deem problematic by exposing them through various social media content. It can be seen that many famous people can be selected as targets in hashtag campaigns and formal or informal measures can be administered to these people. While the cancel culture is seen as progressive and thus positive in terms of providing social pressure for individuals to be fair in their actions and attitudes, on the other hand, it is criticized as a kind of theater, a ‘bloodletting ritual’, which allows proclaimers to feel morally good and show their moral commitment. In this case study, the famous academic and psychologist Jordan Peterson’s statements about the cancel culture and identity politics and the following suspension of his Twitter account were examined. We examined, Jordan Peterson’s speeches on Youtube, his books and articles, as well as entries on platforms such as Reddit and sour dictionary using content analysis. Based on this example, it has been discussed how the cancel culture was implemented and how it was turned into a tool by using discourses such as truthfulness and justice.

Keywords: social media, lynch culture, social justice, Jordan Peterson.



KAMUDA DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN ÖNÜNDEKİ ENGELLER

Mevlüt Hürol METE

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

ORC-ID: 0000-0002-7288-3434

ÖZET

Kamu hizmetlerinin dijitalleşmesi bugün dünyada tüm hükümetler için temel bir gereklilik haline gelmiş ve bu yöndeki çabalar önceliklendirilmiştir. Bu bağlamda pek çok ülke kamu hizmetlerini yeniden tasarlamayı veya yeniden yapılandırmayı hedeflemektedir. Vatandaşlara sunulan hizmetlerde kaliteyi ve hızı artıran dijital dönüşüm, maliyetleri azaltmakta ve kamu çalışanlarının verimliliğini ve esnekliğini artırmaktadır. Özel sektörde ortaya çıkan yeni dijital kanallar ve araçlar, kullanıcı ihtiyaçlarını farklılaştırmakta ve kamu kurumlarından beklentileri artırmaktadır. Bu bakımdan kamu hizmetlerinin üretilmesinde ve sunumunda dijital çağın gerektirdiği altyapı ve yetkinlikler konusunda kurumların hazırlıklı olması gerekmektedir. Bu çalışmanın konusu, kamu hizmetlerinde dijital dönüşümün önündeki engellerin tespit edilmesidir. Çalışmada birincil ve ikincil kaynaklarla literatür taraması yapılarak kamuda dijital dönüşüm alanındaki trendler araştırılmış, dünyadan iyi uygulamalar incelenmiş, ülkemizdeki mevcut durum analiz edilmiş ve temel eksiklikler tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma yöntemi olarak kamu sektöründe görev yapan çalışan ve yöneticiler ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre kamu hizmetlerinde dijital dönüşümün önündeki engeller konusunda tüm katılımcılar benzer noktalara vurgu yapmıştır. Buna göre geleneksel iş yapma biçimleri, birçok süreçte olduğu gibi dijital dönüşümün önünde bir engel oluşturmaktadır. Ayrıca mevzuat, bütçe, dijital altyapı, personel yetkinliği vb. alanlardaki eksikliklerin ve/veya yetersizliklerin de bu dönüşümü olumsuz yönde etkileyen temel faktörler olduğu ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, kamu sektörü, kamu hizmetlerinde dijitalleşme



BARRIERS TO DIGITAL TRANSFORMATION IN THE PUBLIC SECTOR

Mevlüt Hürol METE

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

ORC-ID: 0000-0002-7288-3434

ABSTRACT

The digitization of public services has become a basic requirement for all governments in the world today and efforts in this direction have been prioritized. In this context, many countries aim to redesign or restructure their public services. Digital transformation, which improves the quality and speed of services offered to citizens, reduces costs and increases the efficiency and flexibility of public employees. New digital channels and tools emerging in the private sector differentiate user needs and increase expectations from the public institutions. In this respect, institutions need to be prepared for the infrastructure and competencies required by the digital age in the production and delivery of public services. The subject of this study is to identify the obstacles to digital transformation in public services. In the study, the trends in the field of digital transformation in the public sector were researched by scanning the literature with primary and secondary sources, the best practices from the world were examined, the current situation in our country was analyzed and the main deficiencies were tried to be determined. As a research method, interviews were conducted with employees and managers working in the public sector. According to the findings obtained from the interviews, all participants emphasized similar points regarding the obstacles to digital transformation in public services. Accordingly, traditional ways of doing business constitute an obstacle to digital transformation, as in many processes. In addition, legislation, budget, digital infrastructure, personnel competency, etc. It has been revealed that the deficiencies and/or inadequacies in these areas are the main factors that negatively affect this transformation.

Keywords: Digital transformation, public sector, digitalization in public services



OTOREGRESİF ENTEGRE HAREKETLİ ORTALAMA (ARIMA) MODELİ İLE YENİDOĞAN YOĞUN BAKIM SERVİSİNE HASTA YATIŞ TALEBİNİN TAHMİNLENMESİ

Onur DERSE

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4528-1999

Müfide NARLI

Çukurova Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-8225-2911

ÖZET

Sağlık yönetiminin performansı birçok değişken tarafından etkilenmektedir. Bu değişkenlerin en önemlilerinden biri hasta sayıdır ve hasta sayısına bağlı belirsizlikler yöneticilerin etkin planlama ve doğru yönetsel kararlar almasını zorlaştırmaktadır. Tahminleme yöntemleri ile gelecekteki hasta sayısının belirlenebilmesi ile elde edilen tahminleme sonuçları yönetsel kararlarda rehberlik niteliği taşır ve yöneticilerin daha doğru kararlar almasına olanak tanır. Bu nedenle, bu çalışmada Adana'da bulunan bir hastane biriminde gelecek dönem tahminlemesi yapılmaktadır. Bu çalışmada yenidoğan yoğun bakım servisi dikkate alınmış ve yenidoğan yoğun bakım servisi için 2012 Ocak ve 2022 Mart tarihleri arasında yatışı yapılan hastaların yaklaşık on yıllık periyottaki aylık hasta geliş değişkeninden oluşan zaman serisi verileri kullanılmıştır. Çalışmada, geçmiş dönem hasta sayılarından oluşan bu zaman serisi için en uygun zaman serisi yönteminin Box Jenkins yöntemlerinden Otoresif Entegre Hareketli Ortalama (The Autoregressive Integrated Moving Average) modeli olduğuna karar verilmiş ve bu yöntem uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda ARIMA(1,0,1) modeli ile 2024 Nisan ayına kadarki gelecek dönemler için aylık hasta sayısı tahminleri gerçekleştirilmiştir. Bu tahminleme sonuçlarının hastane yöneticilerine planlama ve karar vermede bir rehber niteliği taşıyacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık yönetimi, ARIMA, tahminleme



ESTIMATION OF IN-PATIENT DEMAND TO THE NEWBORN INTENSIVE CARE SERVICE BY THE AUTOREGRESSIVE INTEGRATED MOVING AVERAGE (ARIMA) MODEL

Onur DERSE

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4528-1999

Müfide NARLI

Çukurova Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-8225-2911

ABSTRACT

The performance of healthcare management is affected by many variables. One of the most important of these variables is the number of patients, and uncertainties related to the number of patients make it difficult for managers to make effective planning and correct managerial decisions. The estimation results obtained by determining the number of future patients with estimation methods serve as a guide in managerial decisions and allow managers to make more accurate decisions. Therefore, in this study, future period estimation is made in a hospital unit in Adana. In this study, the newborn intensive care service was taken into account and time series data consisting of the monthly patient admission variable for a period of approximately ten years for the patients hospitalized for the newborn intensive care service between January 2012 and March 2022 were used. In the study, it was decided that the most appropriate time series method for this time series consisting of the number of past patients was the Autoregressive Integrated Moving Average model, one of the Box Jenkins methods, and this method was applied. As a result of the study, monthly patient numbers were estimated for the future periods until April 2024 with the ARIMA(1,0,1) model. It is thought that these estimation results will be a guide for hospital managers in planning and decision making.

Keywords: Health management, ARIMA, estimation



KAMU MALİ YÖNETİMİNDE DİJİTALLEŞME

Hüseyin ERCAN

Inönü Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2641-3674

ÖZET

Dijitalleşme artık devletler açısından kamu hizmetlerinin sunumunda bir seçenek değil bir zorunluluktur. Dijital bir kamu mali yönetime geçiş için siyasi otoritenin desteğinin olması gerekmektedir. Bunun ilk aşamasını mali yönetim bilişim sistemleri oluşturmaktadır. Birçok ülkede bu ilk aşama gerçekleştirilmiş durumdadır. Başlangıçta kamu mali yönetimin fonksiyonlarını dijitalleştirmektir. Bu anlamda özellikle ödemeler ile nakit yönetiminin dijitalleşmesi önemlidir. Kamu mali yönetim alanında dijitalleşme bütçe güvenilirliği ve mali şeffaflığın ilerlemesini sağlarken kaynak tahsisinde istenilen seviyede ilerleme henüz gerçekleşmemiştir. Günümüzde ülkeler kanıta dayalı mali karar almada dijital araçlardan elde edilen verilerden yararlanmak zorundadır. Dijital çözümlerin performans ölçümünde kullanıcıların ihtiyaçlarını ne derece karşıladığına bağlıdır. Bu doğrultuda, bu çalışmada kamu mali yönetim alanında kullanılan dijital araçların neler olduğu ortaya konulacaktır. Bu dijital araçların kullanımı sonrasında kamu mali yönetime ne gibi faydalar sağlayacağı ortaya konulacaktır. Çalışmada dijital çözümlerin kamu bütçelerinin hazırlanmasında, uygulanmasında ve denetlenmesinde kamu çalışanlarına yardımcı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca hükümetlerin maliye politikalarının ve mali kurallarının uygulanmasında da yardımcı olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu mali yönetimi, dijitalleşme, mali yönetim bilişim sistemleri



DIGITALIZATION IN PUBLIC FINANCIAL MANAGEMENT

Hüseyin ERCAN

Inönü Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2641-3674

ABSTRACT

Digitization is no longer an option but a necessity for governments in the delivery of public services. The support of the political authority is required for the transition to a digital public financial management. The first stage of this is financial management information systems. In many countries this first phase has already been achieved. Initially, it was to digitize the functions of public financial management. In this sense, the digitalization of payments and cash management is especially important. In the field of public financial management, while digitalization ensures budget reliability and fiscal transparency, the desired level of progress in resource allocation has not yet been achieved. Today, countries have to benefit from the data obtained from digital tools in making evidence-based financial decisions. It depends on the extent to which digital solutions meet the needs of users in performance measurement. In this direction, in this study, the digital tools used in the field of public financial management will be revealed. After the use of these digital tools, it will be revealed what kind of benefits they will provide to the public financial management. In the study, it has been determined that digital solutions help public employees in the preparation, implementation and auditing of public budgets. It has also been found that governments help in the implementation of fiscal policies and fiscal rules.

Keywords: Public financial management, digitalization, financial management information systems



DEVLETTE YENİDEN YAPILANMA VE DİJİTAL KAMU HİZMETLERİ

Derya AKTAŞ

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-1985-536X

Abdulcelil GAZİOĞLU

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0001-5940-4737

ÖZET

1970'li yıllarda dünyada yeni kamu işletmeciliği anlayışının ortaya çıkışıyla beraber mevcut kamu yönetimlerinde yeniden yapılanma yoluna gidilmiştir. Bu doğrultuda yönetimde esnek, performans ve müşteri/vatandaş odaklı, yönetimi sağlayıcı, etkin ve verimli kamu hizmeti anlayışına odaklanılmıştır. Devlette yeniden yapılanmanın araçlarından biri olarak dijital teknolojilerden yararlanılmıştır. Özellikle 2000'li yıllarla birlikte birçok ülkede çeşitli kamu hizmetleri elektronik devlet (e-devlet) kapısı üzerinden sunulmaya başlanmıştır. Türkiye'de de benzer şekilde kamu hizmetlerinde dijitalleşme adımları atılmış ve 2008 yılında uygulamaya koyulan e-devlet kapısı ile kamu hizmetleri tek çatı altında online olarak erişilebilir hale getirilmiştir. Kamu hizmetlerinin sunumunu dönüştüren bu süreç birey ve toplumu etkilediği gibi kamu politikalarının belirlenmesi ve uygulamasını da karşılıklı ve birbirine bağlı olarak dönüştürmektedir. Dolayısıyla ekonomik büyüme, inovasyon ve küresel rekabet gücünü artırmada araç olarak görülen dijital teknolojilerin kamuda kullanımı giderek önem kazanmaktadır. Nesnelerin interneti, yapay zeka gibi araçların yanı sıra blok zinciri (blockchain) gibi aracı kurumları ve bürokrasiyi ortadan kaldırma vaadiyle ortaya çıkan yeni teknolojiler karşısında devletin uyum ve uyum sağlama kapasitesi ön plana çıkmaktadır. Teknolojinin hızla ilerlediği bu süreçte kamuda dijital dönüşümün incelenmesi ve mevcut durumun betimlenmesi önem kazanmaktadır. Bu bağlamda çalışmada ilk olarak yönetim ve iyi yönetim kavramları açıklanarak dijital yönetim kavramının ortaya çıkışından bahsedilecektir. Akabinde kamu yönetiminde ve kamu hizmet sunumunda dijital teknolojilerin kullanımı konusunda öncü olan ülkelerin gerçekleştirdiği dijital dönüşümün gelişim süreci ele alınacaktır. Özellikle dijital yönetime verdiği önem ile bu konuda öncü ülkelere biri olmayı başaran Estonya ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başta olmak üzere dijital dönüşümde başarıyla dikkat çeken ülkelerin dönüşüm



süreci değerlendirilecektir. İncelemelerde uluslararası kurumlar tarafından hazırlanan ve dijitalleşme endekslerini gösteren raporlar ve konu ile ilgili yerli ve yabancı akademik yayınlardan yararlanılacaktır. Bu çalışmada Türkiye'nin dijital teknolojiler aracılığıyla sunduğu kamu hizmetleri ve kamu kesiminde dijitalleşmenin yönetimi için kurulan Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi gibi kurumsallaşmaya yönelik atılan adımların kronolojik olarak ortaya konması ve mevcut strateji ve politikalar üzerinden bir değerlendirmeye gidilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital kamu hizmeti, dijitalleşme, e-devlet, kamu yönetimi, yönetim



RECONSTRUCTION OF THE STATE AND DIGITAL PUBLIC SERVICES

Derya AKTAŞ

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-1985-536X

Abdulcelil GAZİOĞLU

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0001-5940-4737

ABSTRACT

In the 1970s, with the emergence of the new public management approach in the world, the existing public administrations were restructured. In this direction, the focus has been on a flexible, performance and customer/citizen oriented, effective and efficient public service approach that provides governance. Digital technologies were used as one of the tools of restructuring in the state. Especially with the 2000s, various public services in many countries have started to be offered through the electronic government (e-government) gateway. Similarly, in Turkey, digitalization steps have been taken in public services and with the e-government gateway put into practice in 2008, public services have been made available online under a single roof. This process, which transforms the delivery of public services, not only affects the individual and the society, but also transforms the determination and implementation of public policies mutually and interdependently. Therefore, the use of digital technologies in the public sector, which is seen as a tool in increasing economic growth, innovation and global competitiveness, is becoming increasingly important. In addition to tools such as the internet of things and artificial intelligence, the state's capacity to adapt and adapt comes to the fore in the face of new technologies that have emerged with the promise of eliminating intermediary institutions such as blockchain and bureaucracy. In this process where technology is advancing rapidly, it is important to examine the digital transformation in the public sector and to describe the current situation. In this context, firstly, the concepts of governance and good governance will be explained and the emergence of the concept of digital governance will be mentioned. Subsequently, the development process of the digital transformation realized by the countries that are pioneers in the use of digital technologies in public administration and public service delivery will be discussed. The transformation process of countries that stand out with their success in digital transformation,



especially Estonia and the United States of America (USA), which have become one of the leading countries in this regard with the importance they attach to digital governance, will be evaluated. In the studies, reports prepared by international institutions and showing digitalization indices and domestic and foreign academic publications related to the subject will be used. In this study, it is aimed to present chronologically the steps taken towards institutionalization such as the public services provided by Turkey through digital technologies and the Presidency Digital Transformation Office, which was established for the management of digitalization in the public sector, and to make an evaluation on the current strategies and policies.

Keywords: Digital public service, digitization, e-government, public administration, governance



SOSYAL MEDYADA SİYASET VE DEZENFORMASYON: HABER METİNLERİNE YÖNELİK BİR SÖYLEM ANALİZİ

Tuğba YOLCU

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7131-7545

Mehmet Said KAYA

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5830-9727

ÖZET

En basit tanımıyla geniş kitlelere enformasyon sağlayan medyanın söylemle ile olan belirgin ilişkisi, siyasi dili ve gündemi kontrol etmek isteyen aktörlerin medyayı –bazen manipülatif (yalan/yanlış?) haberler yoluyla– kendi lehlerine kullanmak istemelerine neden olmaktadır. İlk bakışta sosyal medya, bu mücadelede yer bulamayan kitlelere nesnel ve doğrudan bilgiye ulaşma ve gündeme dair düşüncelerini paylaşma imkanı verir. Bu anlamda sosyal medya geniş bir etkileşim ağı kurarak yeni enformasyon ağına dahil olmak isteyen siyasi aktörlerin ve kitlelerin siyasi gündeme dair hızlı ancak güvenilir olmayan bilgi paylaşımında bulunmalarının önünü açmış olur. Çalışmada bu sorundan hareketle sosyal medyada üretilen dezenformasyonun kitleleri yönlendirme sürecine yönelik bir analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analizde sosyal bilimlerde mevcut bir durumu yorumlamayı ve anlamlandırmayı amaçlayan eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada sosyal medya ağı olan Twitter’da en fazla takipçi sayısına sahip ve basılı olarak da yer alan gazetelerin paylaşmış oldukları dezenformasyon niteliği taşıyan haber metinleri ve bu metinlere yapılan yorumlar incelenmiştir. Araştırmanın sınırlılıkları çerçevesinde bu gazetelerden seçilen beş örnek olay ve bu olaylara yapılan yorumlardan en fazla beğeni alanları incelemeye alınmıştır. Araştırma, dezenformasyon niteliği taşıyan haberlerin kitleleri yönlendirdiğini ve bu yolla sosyal medyada ideolojik kümelenmelere yol açtığını göstermeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, siyaset, eleştirel söylem analizi, dezenformasyon



POLITICS AND DISINFORMATION IN SOCIAL MEDIA: A DISCOURSE ANALYSIS ON NEWS TEXTS

Tuğba YOLCU

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7131-7545

Mehmet Said KAYA

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5830-9727

ABSTRACT

The significant relationship between the discourse and media, which simply provides information to large masses, provokes the interests of actors who want to control the political language and agenda through using the media –that sometimes refer to manipulative news. At first glance, social media gives the masses, who cannot find a place in this struggle, the opportunity to reach objective and direct information and to share their thoughts and opinions about the agenda. In this sense, social media establishes a wide interaction network and paves the way for political actors and masses who want to be included in the new information network to share rapid but unreliable information about political issues. In this study, due to this problem, an analysis of the disinformation produced on social media towards the process of directing the masses is carried out. In this analysis, the critical discourse analysis method which aims to interpret existing issues in social sciences is used. In the study, the news texts with disinformation characters shared by the newspapers, which are in print and also have the highest number of followers on Twitter, and the comments made on these texts were examined. Within the scope of the research, five case studies selected from these newspapers and the ones that received the most likes from the comments made on these events were examined. The research aims to show that news with disinformation characters direct the masses and in this way lead to echo-chambers in social media.

Keywords: Social media, politics, critical discourse analysis, disinformation.



KENTSEL KAMU POLİTİKASI ANALİZİ: BÜYÜKŞEHİRLERDE KENTSEL DİJİTAL ARAÇLAR VE UYGULAMALARI

Ahmet YAMAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2359-8653

Orhan Veli ALICI

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8670-3879

ÖZET

Kentleşme, insanların kentsel alanlarda yoğunlaşması ve kentsel alanda oluşan tüketim ve üretim faaliyetleridir. Bugün, insanlığın yarısından fazlası kentsel mekanlarında yaşamaktadır. Söz konusu alanlarda halihazırda küresel GSYİH'nın yaklaşık% 80'ni üretilmektedir. Bu nedenle 21. yüzyıl kentler çağı olarak da adlandırılmaktadır. Kentleşme, bize insanlığın sosyal ve ekonomik refahının gelişimini getirir de sadece çevresel felaketlere değil, aynı zamanda kentlerin fiziksel sorunları, görüntü ve gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi sorunlara da neden olmaktadır. Bu anlamda şehirleşmenin maliyeti de ortaya çıkmaktadır. Kentsel kamu politikası, kentleşme süreçlerinin zararını azaltmaya çalışmaktadır. Akıllı şehir kavramı, kentleşmenin dışsallıklarıyla başa çıkmak için de geliştirilmiştir. Bu çalışmanın konusu, kentsel kamu politikası analizi açısından kentsel dijital araçları ve uygulamalarını incelemektir. Bu anlamda, söz konusu çalışmanın amacı, akıllı şehir politikasının büyükşehir belediyelerde kullanılan kentsel dijital araçların bir değerlendirmesini yapmaktır. Çalışma kapsamında, kullanılan yöntem nitel bir araştırma yöntemi olarak çoklu durum çalışmasıdır ve bu çalışmada döküman analizi tekniği kentsel dijital araçlarla ilgili kentsel kamu politikasını açıklığa kavuşturmak ve araştırmak için kullanılacaktır. Bu araştırma faaliyeti, büyükşehirlerde akıllı şehir kavramı açısından kentsel uygulama araçlarının ve uygulamalarının nasıl geliştirildiğini göstermeyi de amaçlamaktadır. Çalışma, birincisi kentsel kamu politikası analizi olan üç ana bölümden oluşacaktır. İkinci bölüm akıllı şehir kavramlarını tarihsel bir bağlam içerisinde tartışacaktır. Son kısımda ise araştırma, akıllı şehir politikası ile kentsel dijital araçlar ve uygulamaları arasındaki ilişkiyi işlevsellik, üretim ve içerik açısından analiz edecektir.

Anahtar Kelimeler: Akıllı kent, kentsel kamu politikası analizi, dijital araçlar ve uygulamaları, büyükşehir



URBAN PUBLIC POLICY ANALYSIS: URBAN DIGITAL TOOLS AND IMPLEMENTATIONS IN METROPOLITAN

Ahmet YAMAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2359-8653

Orhan Veli ALICI

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8670-3879

ABSTRACT

Urbanization is a concentration of people in urban areas and the consumption and production activities that are comprised in the urban sphere. Today, more than half of humanity lives in urban settlements, and cities currently generate about 80% of global GDP so this century is called the era of the city. Although urbanization brings us the development of social and economic welfare of humankind, it causes not only environmental disaster but also, it reasons urban physical conditions, and visual and noise pollution, traffic jams, etc. In other words, concentrating people and economic activities in the city has a cost. Urban public policy tries to diminish the harm of urbanization processes. The smart city concept also is developed to cope with urbanization externalities. The subject of this study is to reveal the urban digital tools implementation in terms of urban public policy analysis. In this sense, the aim of this study is to make an evaluation of metropolitan municipalities based on urban implementation digital tools of smart city policy. Within the scope of the study, the method used is multiple case study as a qualitative research method and the document analysis technique will be used in this research to clarify and investigate urban public policy regarding urban digital tools. This paper aims to illustrate how Turkish metropolitan municipalities develop urban implementation tools in terms of the smart city concept. The research is going to be composed of three main parts, the first of which analysis briefly urban public policy analysis. The second part investigates the smart city notions in a historical context. Finally, the research will discuss the relationship between smart city policy and urban digital tools in regard to aspects of functionality, producer, and content.

Keywords: Smart city, urban public policy analysis, digital tools and implementations, metropolitan



SAĞLIK HİZMETLERİNE ERİŞİMDE DİJİTALLEŞME: MADALYONUN İKİ YÜZÜ

Şüra ALAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6958-4145

Şükrü Anıl TOYGAR

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3444-3243

ÖZET

Sağlığa erişimde yaşanan eşitsizlikler, halk sağlığının temel sorunlarından birini oluşturmaktadır. Dijitalleşme, etkisini en çok gösterdiği alanların başında gelen sağlık hizmetlerine, eşitsizleri derinleştirici bir etki de bırakmaktadır. Dijital sağlık hizmetlerinden yararlanabilmek için etkin bir internet kullanımı ve bireysel beceri gereklidir. Bu nedenle internete erişimi bulunmayan ve internet kullanımı hakkında bilgi sahibi olmayan bireyler için sağlığa erişim hususunda da yeni bir engel ortaya çıkmıştır. Literatürde 'dijital bölünme' olarak tanımlanan bu kavram, kendilerine sunulan dijital kaynaklardan yararlanabilen ve yararlanamayan insanlar arasındaki uçurumu ifade etmek için kullanılmaktadır. Dijital sağlık hizmetlerinin, sağlık hizmetlerini tam olarak nasıl etkilediğine dair kanıtlar yeterli düzeyde değildir. Bu araştırmada sağlık hizmetlerine erişimde dijitalleşme ile ilgili Pubmed ve Scopus üzerinden literatür taraması yapılarak dijitalleşme kavramının sağlığa erişimde meydana getirdiği olumlu ve olumsuz özellikler incelenecektir. Yapılan taramalar sonucunda çalışmaların önemli bir bölümünde dijital sağlık uygulamalarının kullanımı ve sosyo-demografik değişkenler arasında bir ilişki bulunmuştur. Buna göre kadınların erkeklere oranla internete erişim düzeyleri daha yüksek bulunsa bile bunu tam kapasite ile kullanma oranları düşük çıkmıştır. Yüksek gelire sahip olanlar ve sağlık okuryazarlık düzeyi yüksek olanların dijital sağlık uygulamalarını kullanma sıklıkları daha yüksek bulunmuştur. İncelenen çalışmalarda dijitalleşmenin sağlık eşitsizliğini azaltmada etkili olduğu bulunamamıştır. Sonuç olarak günlük yaşamda insan hayatına giren ve hayatı kolaylaştırdığı iddia edilen uygulamaların, eşitsizliği artırıcı etkisi göz ardı edilmemelidir.

Anahtar Kelimeler: Dijital bölünme, dijital sağlık, sağlık erişimi, sağlık eşitsizliği



DIGITALIZATION IN ACCESS TO HEALTH SERVICES: TWO SIDES OF THE LOCKET

Şüra ALAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6958-4145

Şükrü Anıl TOYGAR

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3444-3243

ABSTRACT

Inequalities in access to health constitute one of the main problems of public health. Digitization also leaves a deepening effect on inequalities on health services, which is one of the areas where it has the most impact. In order to benefit from digital health services, effective internet use and individual skills are required. For this reason, a new obstacle has emerged in terms of access to health for individuals who do not have access to the Internet and do not have information about the use of the Internet. This concept, which is defined as 'digital divide' in the literature, is used to express the gap between people who can and cannot benefit from the digital resources available to them. Evidence on exactly how digital healthcare is impacting healthcare is lacking. In this research, the positive and negative features of the concept of digitalization in access to health will be examined by scanning the literature on digitalization in access to health services on Pubmed and Scopus. As a result of the scans, a relationship was found between the use of digital health applications and socio-demographic variables in a significant part of the studies. According to this, although women's levels of access to the Internet are higher than men, the rate of using it at full capacity is low. Those with high incomes and those with high health literacy levels were found to be more likely to use digital health applications. In the studies reviewed, it was not found that digitalization was effective in reducing health inequality. As a result, the inequality-increasing effect of practices that enter human life in daily life and that are claimed to make life easier should not be ignored.

Keywords: Digital divide, digital health, health access, health inequalities



SAĞLIK ÇALIŞANLARINDA TEKNOSTRES: SİSTEMATİK BİR İNCELEME

Şüra ALAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6958-4145

Gülpeembe OĞUZHAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3231-2389

ÖZET

Brod tarafından 1984 yılında ortaya atılan *teknostres*, güncel teknolojik gelişmelere adapte olamamaktan kaynaklı ortaya çıkan stres olarak tanımlanmaktadır. Sağlık hizmetleri, yoğun teknoloji kullanımı gerektirdiği için sağlık çalışanlarının da bu kullanım becerisine sahip olması beklenmektedir. Sağlık çalışanlarından teknoloji kullanımına yönelik beklentinin yüksek olması da teknostrese yol açmaktadır. Bu çalışmanın amacı, sağlık çalışanlarının yaşadığı teknostres ile ilgili sistematik bir literatür taraması yapmak ve konuyu tüm yönleri ile incelemektir. Bu araştırma sistematik derleme çalışmalarında sıkça kullanılan PRISMA yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Konuya ilişkin araştırmalara ulaşmak için kullanılan Türkçe ve İngilizce anahtar kelimeler “Technostress”, “Health personnel”, “Health professionals”, “Healthcare workers”, “Teknostres”, “Sağlık Çalışanları”, “Sağlık Profesyoneli” olarak belirlenmiştir. Sağlık çalışanlarında teknostresi inceleyen çalışmalara ulaşmak için, 20.05.2022 ila 29.07.2022 tarihleri arasında Ulusal Tez Merkezi, DergiPark, PubMed ve Web of Science (WoS) veri tabanları üzerinden arama yapılmıştır. Araştırmaya 29.07.2022 tarihine kadar yapılmış bütün çalışmalar dahil edilmiştir. Sağlık profesyonellerine yönelik olmayan, sistematik derleme ve meta analiz çalışmaları, kongre sunum ve bildirileri, tezden üretilmiş makaleler, kitap bölümü, tam metin erişimi olmayan çalışmalar ve farklı veri tabanlarında mükerrer olarak çıkan çalışmalar, araştırmaya dahil edilmemiştir. Yapılan taramalar sonucunda toplam 762 çalışmaya ulaşılmıştır (WoS=633, PubMed=100, Ulusal Tez Merkezi=17, Dergipark=12). Örneklemi sağlık çalışanı olmadığı için araştırma kapsamı dışında bırakılan çalışma sayısı 745’tir (WoS=628, PubMed=92, Ulusal Tez Merkezi=14, Dergipark=11). Konu ile ilgili yapılmış bir sistematik derleme ve iki mükerrer çalışma da araştırmadan çıkarıldığında toplamda 13 çalışma ile sistematik derleme tamamlanmıştır. Konuya ilişkin en eski çalışma 2009 yılına ait iken,



en çok 2020 yılında çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışmalar genellikle çalışan verimliliği ile ilişkilendirilmiştir (n=3). Pandemi döneminde yeni teknolojik uygulamaların kullanılmasının zorunlu hale gelmesi de çalışanlarda varolan teknostresi artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca mevcut bilgi iletişim teknolojilerinden yenilerine geçişte yaşanan sorunların da teknostresi artırıcı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Teknostres, sağlık çalışanlarında teknostres, sistematik derleme



TECHNOSTRESS IN HEALTHCARE PROFESSIONALS: A SYSTEMATIC REVIEW

Şüra ALAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6958-4145

Gülpeembe OĞUZHAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3231-2389

ABSTRACT

Technostress, introduced by Brod in 1984, is defined as the stress that arises from not being able to adapt to current technological developments. Since health services require intensive use of technology, health workers are expected to have this skill. High expectations from healthcare professionals for technology use also lead to technostress. The aim of this study is to conduct a systematic literature review on technostress experienced by healthcare professionals and to examine the issue in all its aspects. This research was conducted using the PRISMA method, which is frequently used in systematic review studies. Key words in Turkish and English used to reach researches on the subject were determined as “Technostress”, “Health personnel”, “Health professionals”, “Healthcare workers”, “Technostress”, “Health Professionals”, “Health Professional”. In order to reach studies examining technostress in healthcare workers, a search was made on the databases of the National Thesis Center, DergiPark, PubMed and Web of Science (WoS) between 20.05.2022 and 29.07.2022. All studies carried out until 29.07.2022 were included in the study. Systematic review and meta-analysis studies, congress presentations and papers, articles produced from thesis, book chapters, studies without full text access, and studies that are duplicated in different databases that are not intended for health professionals were not included in the study. As a result of the scans, a total of 762 studies were reached (WoS=633, PubMed=100, National Thesis Center=17, Dergipark=12). The number of studies excluded from the scope of the study is 745 (WoS=628, PubMed=92, National Thesis Center=14, Dergipark=11) because the sample was not a healthcare worker. When a systematic review and two duplicate studies on the subject were excluded from the study, a total of 13 studies were completed. While the oldest study on the subject belongs to 2009, the most studies were conducted in 2020. Studies have generally been



associated with employee productivity ($n=3$). It has been concluded that the use of new technological applications during the pandemic period has also increased the existing technostress in employees. In addition, it has been concluded that the problems experienced in the transition from existing information and communication technologies to new ones have an increasing effect on technostress.

Keywords: Technostress, technostress in healthcare professionals, systematic review



DİJİTAL EKONOMİDE VERGİLENDİRME SORUNLARI: TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİNDE YAPILAN ÇALIŞMALAR

Gamze MERCAN

Necmettin Erbakan Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-0900-5903

Ali MERCAN

Mercan Hukuk Bürosu
ORC-ID: 0000-0002-7583-0901

ÖZET

Yaşanan dijital dönüşüm ile birlikte ülkelerin ekonomilerine dâhil olan dijital iktisadi olaylar bu alanda ortaya çıkmış en önemli gelişmelerdendir. Dijitalleşme, ekonomik iş modellerinin gelişimini de beraberinde getirmiş ve ticari hayatta işletmelerin fiziksel varlığa sahip olma gerekliliğini önemli ölçüde azaltmıştır. Diğer taraftan vergilendirmenin büyük ölçüde fiziksel bir mevcudiyete dayandırılması, özellikle uluslararası vergilendirmede ciddi zorluklar yaratmaktadır. Dijitalleşme ile birlikte kolaylıkla ulaşılan açık pazarlar, maddi olmayan varlıklar ve internet, işletmelerin yerel düzeyde herhangi bir hukuki veya fiziksel varlığa ihtiyaç duymadan pazar paylarını artırmalarını ve vergi dışı kâr elde etmelerini mümkün kılmaktadır. Aynı zamanda dijital ekonominin esnek olması, değişen koşullara ayak uydurma hızı ve benzeri özellikleri, vergilendirme kurallarındaki politika değişikliklerinde hızlı bir şekilde tepkiye ve vergiden kaçınma yöntemlerinin geliştirilmesine neden olmaktadır. Bu çalışmada dijital ekonomide vergilendirme temelinde, ilk olarak dijital ekonomiye genel bir bakış açısı getirip; kavramını, kapsamını, temel özelliklerini anlatılacak ardından dijital ekonomide vergisel sorunları ele alınacaktır. Çalışma, Türkiye ve Avrupa Birliğinde başlıca bu sorunlara yönelik alınan tedbir ve uygulamalarını karşılaştırmayı amaçlamıştır. Son olarak dijital ekonominin bizler için tehdit ve fırsatlarına yönelik bulgulara yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital ekonomi, vergilendirme, dijitalleşme



TAXATION PROBLEMS IN DIGITAL ECONOMY: STUDIES IN TURKEY AND THE EUROPEAN UNION

Gamze MERCAN

Necmettin Erbakan Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-0900-5903

Ali MERCAN

Mercan Hukuk Bürosu
ORC-ID: 0000-0002-7583-0901

ABSTRACT

The digital economy, which is included in the countries of the world with the digital transformation, is the most important one that comes out of this economic situation. Digitization has brought with it the development of economic business models and has significantly reduced the need for businesses to have physical presence in commercial life. On the other hand, the fact that taxation is largely based on a physical presence creates serious difficulties, especially in international taxation. With digitalization, open markets, intangible assets and the internet that are easily accessible make it possible for businesses to increase their market share and earn non-tax profits without the need for any legal or physical presence at the local level. At the same time, the flexibility of the digital economy, the speed of adapting to changing conditions and similar features cause a rapid reaction to policy changes in taxation rules and the development of tax avoidance methods. In this study, on the basis of taxation in the digital economy, we first bring a general perspective to the digital economy; The concept, scope and basic features will be explained and then tax problems in the digital economy will be discussed. The study aimed to compare the measures and practices taken for these main problems in Turkey and the European Union. Finally, findings on the threats and opportunities of the digital economy for us will be included.

Keywords: Digital economy, taxation, digitization



SOSYAL MEDYADA İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ: KAMU FORUMU ÖĞRETİSİ ÜZERİNE GÜNCEL BİR TARTIŞMA

Ahmet Melihşah ÇEVLİK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-8239-029X

ÖZET

Büyük sosyal medya platformları, geleneksel manada kişiler arası iletişim aracı olmanın ötesinde kamusal tartışmanın ana mekânlarından biri haline gelmişlerdir. Bu niteliğinden ötürü gerek sosyal medya devi şirketler gerek kamu otoriteleri tarafından yeni iletişim teknolojileri ile çevrimiçi kamusal alanlara ilişkin birtakım hukuki/politik düzenlemeler getirilmiştir. Ancak ilgili alandaki pozitif hukuk düzenlemelerinin çağın ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kaldığı söylenebilir. Hâl böyle olunca, sosyal medyaya ilişkin uyuşmazlıklarda yargı makamlarına mevcut hukuk normları çerçevesinde bir sonuca ulaşma sorumluluğu yüklenir. Söz konusu durum, temel hak ve özgürlükler ile demokratik değerlerin sosyal medyadaki tezahürüne dair birtakım tartışmaları beraberinde getirir. İfade özgürlüğünün sınırlanmasıyla bağlantılı olarak, çalışmamız şu sorulara odaklanmaktadır: Sosyal medya yeni bir tür kamusal alan olarak telakki edilebilir mi? Bir kamu kurumu, hükümet yetkilisi yahut bir kamu görevlisi herhangi bir vatandaşı sosyal medya hesabından engelleyebilir mi? Engellenenin altında yatan neden engellenen vatandaşın politik görüşlerini dile getirmesinden duyulan rahatsızlıkta verilecek cevap değişir mi? Bu bağlamda, Birleşik Devletler Anayasası Birinci Değişiklik'te güvence altına alınan haklara ilişkin Yüksek Mahkeme içtihatlarında gelişen "Kamu Forumu Öğretisi" incelememizin zeminini oluşturmaktadır. Öğretiye göre, yurttaşların kamusal meseleleri tartışmak üzere bir araya geldikleri devlet tasarrufunda bulunan mekânlara erişim ancak belirli şartlar altında sınırlanabilir. Geleneksel, tasarlanmış ve sınırlanmış kamu forumları arasında yapılan ayrıma göre; (i) sosyal medyanın interaktif alanlarının bir kamu forumu olarak nitelenip nitelenemeyeceği, (ii) bu alanlara getirilen erişim engellemelerinin hukuki mahiyeti ve (iii) Amerikan mahkemelerince verilen kararların analizi bildirimizin konusunu oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kamu forumu öğretisi, sosyal medya, ifade özgürlüğü, demokrasi, kamusal alan



FREEDOM OF EXPRESSION ON SOCIAL MEDIA: A CURRENT DISCUSSION ON PUBLIC FORUM DOCTRINE

Ahmet Melihşah ÇEVLİK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-8239-029X

ABSTRACT

The major social media platforms are beyond being a means of interpersonal communication in the traditional sense; they have become one of the main venues of public debate. Because of the nature of social media, some legal-political regulations regarding new communication technologies and online public spaces have been introduced by both social media giants and public authorities. However, it may be argued that legal regulations in the relevant field are insufficient to meet the needs of the age. In this instance, judicial authorities are responsible for concluding the disputes related to social media within the framework of existing legal norms. The situation in question brings some debates on the manifestation of fundamental freedoms and democratic values in social media. In connection with the restriction of freedom of expression, our study focuses on the following questions: Can social media be considered as a new kind of public space? Does an official public institution or a government official have any authority to block citizens from their social media accounts? If the underlying reason for blocking is being annoyed from the political view of the blocked citizen, will the answer change? In this context, the “Public Forum Doctrine” developed in Supreme Court case law on the First Amendment rights forms the basis of our review. According to the doctrine, access to the public spaces (owned or controlled by the government) where citizens gather to discuss public issues can only be limited under certain conditions. Pursuant to the distinction made between traditional, designated and limited public forums, (i) whether the interactive spaces of social media can be qualified as a public forum, (ii) discussions on the legal nature of access restrictions to these areas, (iii) and the analysis of the decisions given by the American courts are the subjects of our paper.

Keywords: Public forum doctrine, social media, freedom of expression, democracy, public sphere



DİJİTALLEŞME VE GİZLİLİK: DEZAVANTAJLI GRUP OLARAK ÇOCUKLARI VE GENÇLERİ BEKLEYEN RİSKLER

Bilal COŞAN

Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8023-1129

ÖZET

Dijitalleşme, sosyo-ekonomik birçok gelişmeye neden olurken diğer yandan birtakım riskleri de beraberinde getirmektedir. Bu risklerin en başında mahremiyet problemi gelmektedir. Mahremiyet konusu; genç, yaşlı, çocuk ayırt etmeksizin toplumun bütün kesimlerini yakından ilgilendiren bir husustur. Özellikle sosyal politika açısından dezavantajlı olarak nitelendirilen “çocuk”lar ve “genç”ler, artan internet ve sosyal medya kullanımları neticesinde, çok ciddi mağduriyetler yaşamaktadır. Zira Web 2.0 ve Web 3.0 teknolojisinin imkanları, bir yandan çocuklar için cazip ortam sunarken diğer yandan mahremiyetin şeffaflaşmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada ilgili alanyazın taraması doğrultusunda, mahremiyetin nasıl dönüştüğü ve gelişen dijital imkanların çocukların mahremiyetini nasıl etkilediği tartışılacaktır. Bu bağlamda gelişen Web teknolojisi ile mahremiyetin, özellikle gençler ve çocuklar arasında rızadan şeffaflığa, şeffaflıktan tutsaklığa evrildiği ifade edilebilir. Diğer yandan aşırı internet kullanımına bağlı olarak, çocukların psiko-sosyal açıdan birçok sorunla karşılaştığı (nörolojik semptom bozukluğu, depresyon, sosyal izolasyon, düşük benlik saygısı vb.), buna ek olarak fizyolojik açıdan da problemler yaşadığı görülmüştür. Sorunların önüne geçilebilmesi açısından ebeveynlerin, çocukların internet kullanımını sıkı takip etmeleri önem arz etmektedir. Ayrıca, dijitalleşme ve buna bağlı ortaya çıkan riskler doğrultusunda okullarda teknoloji ve mahremiyet ilişkisine yönelik farkındalık eğitimleri verilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Mahremiyet, Dezavantajlı Grup, Çocuklar, Gençler.



DIGITALIZATION AND PRIVACY: RISKS FOR CHILDREN AND YOUTH AS A DISADVANTAGED GROUP

Bilal COŞAN

Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8023-1129

ABSTRACT

While digitalization causes many socio-economic developments, it also brings some risks. The most important of these risks is the problem of privacy. The subject of privacy; It is an issue that closely concerns all segments of society, regardless of young, old or child. Especially "children" and "youth", who are described as disadvantaged in terms of social policy, experience serious issues as a result of their increasing use of internet and social media. Because the possibilities of Web 2.0 and Web 3.0 technology, on the one hand, provide an attractive environment for children, on the other hand, cause privacy to become transparent. In this study, in line with the literature review, how privacy is transformed and how developing digital opportunities affect children's privacy is discussed. In this context, it can be stated that with the developing Web technology, privacy has evolved from consent to transparency, from transparency to captivity, especially among young people and children. On the other hand, due to excessive internet use, children faced with many psycho-social problems (neurological symptom disorder, depression, social isolation, low self-esteem, etc.). In addition, it was observed that they had many physiological problems. In order to prevent these problems, it is important for parents to closely monitor their children's internet use. In addition, awareness educations should be given on the relationship between technology and privacy in schools about digitalization and the risks arising from it.

Keywords: Digitalization, Privacy, Disadvantageous Group, Children, Youth.



SİVİL TOPLUM VE GÖNÜLLÜLÜĞÜN DİJİTALLEŞEN DÜNYADAKİ YERİ: E-GÖNÜLLÜLÜK

Sait AŞGIN

Karabük Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0337-481X

Merve ÖZCAN

Karabük Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0789-9613

ÖZET

Demokratikleşme sürecinin aktörlerinden olan sivil toplum kuruluşları, toplumsal düzenin vazgeçilmez dinamikleri arasında yer almaktadır. Önemli roller üstlenerek yeni anlamlar kazanmaya başlayan sivil toplum; ekonomik, kültürel ve sosyal amaçlarla kurulan örgütleri de bünyesine dâhil ederek kapsamını büyötmüştür. Bu bağlamda sivil toplum kuruluşları; maddi çıkar gözetmeyen, gönüllü toplulukları ifade etmektedir. Küreselleşmeye paralel olarak gelişen teknolojik ilerlemeler ise, gönüllülük hizmetlerinin uygulanabilirlik alanını genişletmiştir. Devlet hizmetleri de dâhil olmak üzere tüm sektörlerin elektronik ortama geçmesi, hızlı ve kesintisiz şekilde hizmet alınmasını kolaylaştırmıştır. Bu noktada gönüllülük hizmetlerinin de online bir ortamda sunulabileceği hususu gündeme gelmiştir. Bu çalışma ile gönüllülüğün dijital bir ortamda sunulmasına ve geniş bir alana yayılmasına katkı sağlayan e-gönüllülüğün avantaj ve dezavantajlarının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Araştırmada, bireyler arası etkileşim imkânının daha fazla olması nedeniyle nitel araştırma türlerinden olan odak grup görüşme tekniği kullanılmıştır. Katılımcıların dijital ortamda sunulan gönüllülük hizmetlerine bakış açıları, bilgi ve deneyimleri gözlemlenmiştir. Sonuçlar neticesinde bazı öneriler sunulmaktadır. Zira dijitalleşmenin yaygınlaşması ve toplumsal eylemlerin bu yönde revize edilmesiyle yeni boyutlarda anlam kazanan gönüllülüğün de sürece adapte olması, üzerinde durulması gereken bir husustur.

Anahtar Kelimeler: Sivil Toplum Kuruluşları, Dijitalleşme, E-gönüllülük



CIVIL SOCIETY AND VOLUNTARY PLACE IN DIGITIZING WORLD: E-VOLUNTEERING

Sait AŞGIN

Karabük Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0337-481X

Merve ÖZCAN

Karabük Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0789-9613

ABSTRACT

Non-governmental organizations, which are one of the actors of the democratization process, are among the indispensable dynamics of the Decommunal order. Civil society, which has begun to acquire new meanings by assuming important roles, has expanded its scope by including examples established for economic, cultural and social purposes. In this context, non-governmental organizations refer to voluntary communities that do not pursue financial interest. Technological developments that have developed in parallel with globalization, ISE has also expanded the scope of applicability of volunteering services. The transition of all sectors, including government services, to electronic media has facilitated the rapid and precise purchase of services. At this point, it has come to the agenda that volunteering services can also be offered online. In this study, it is aimed to present volunteering in a digital environment and to share the advantages and disadvantages of e-volunteering, which enables participation in the dissemination of a wide area of the advantages and disadvantages of e-volunteering.

In the research, focus group vision technique, which is one of the qualitative research types, was used because the impact area between individuals is more. Participants' perspectives, knowledge and experiences on volunteering services offered in digital environment were monitored. As a result of the results, some recommendations are presented. Because. adapting volunteerism to the process, which has gained meaning in new dimensions with the publication of digitalization and the revitalization of batch operations in this direction, is also a matter that needs to be focused on.

Keywords: Non-Governmental Organizations, Digitalization, E-Volunteerism



DİJİTAL SAĞLIK TEKNOLOJİSİNDE DİLEMMA

Damlanur ARI

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9885-7990

ÖZET

Dijital sağlık teknolojileri, kişiye özel tedavi ve bakım olanakları sunması sebebi ile dünya genelinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Dijital sağlık, hasta ve doktorlara çok sayıda tıbbi çözümler sağlamaktadır. Bu çözümler, hasta ve doktorlara fayda sağlarken; çevreye zarar verebilmektedir. Bu faydalar ve zararlar araştırmacılar için bir dilemma oluşturmaktadır. Literatürde dijital sağlığın çoğunlukla faydaları ile ilgili çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmada özgün olarak, geleneksel derleme yöntemi ile dijital sağlığın çevresel zararları araştırılmıştır. Dijital sağlık teknolojilerinin zararları ile ilgili endişelerden ilki, bu teknolojilerin üretimi ve hammaddelerinin elde edilmesi sırasında karbon emisyonu miktarının artması ve yüksek enerji tüketimine neden olmasıdır. Demir, cıva ve altın gibi hammaddeleri elde etmek için arazilerin tahribata uğraması ise, ekosistemi olumsuz etkileyebilmektedir. Ayrıca üretilen elektronik ürünlerin kullanım ömrü bittiğinde oluşan e-atıklar, çevreye zehirli kimyasallar salınmasına sebep olmaktadır. E-atıkların etkili bir şekilde yönetilmemesi ise, çevre kirliliği nedeni ile sağlık riskleri doğurmaktadır. Bir diğer ikilem, dijital sağlığın çok büyük miktarda verilerin toplanmasını ve depolanmasını gerekli kılmasıdır. Verilerin bulut sistemlerinde depolanması, yüksek miktarda enerji tüketimine neden olmaktadır. Dijital sağlığın en sık kullanılan alanlarından biri olan tele-tıp hizmetleri, sağlık kurumlarına ulaşım sırasında oluşan karbon emisyonunu azaltmaktadır. Ancak bu hizmetler de büyük miktarda enerji tüketimine yol açmakta ve bu da karbon emisyonu miktarını artırmaktadır. Dijital sağlık teknolojilerinin kanıtlanan faydaları ve potansiyelleri oldukça fazladır. Ancak sürdürülebilir bir sağlık ve çevre için bu teknolojilerin çevresel etkileri de araştırılmalıdır. Sürdürülebilir teknoloji uygulamaları için küresel sağlık politikaları oluşturulmalı ve yeşil bilgi teknolojileri desteklenmelidir.

Anahtar Kelimeler: Dijital sağlık, Dijital Sağlık Teknolojisi, Çevre, Yeşil Bilgi Teknolojileri



DILEMMA IN DIGITAL HEALTH TECHNOLOGY

Damlanur ARI

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9885-7990

ABSTRACT

Digital health technologies are widely used around the world, as they offer personalized treatment and care. Digital health provides a multitude of medical solutions to patients and doctors. While these solutions benefit patients and doctors; can harm the environment. These benefits and harms pose a dilemma for researchers. In the literature, there are studies mostly on the benefits of digital health. In this study, the environmental damage of digital health was investigated with the traditional review method. The first of the concerns about the harms of digital health technologies is the increase in the amount of carbon emissions and high energy consumption during the production of these technologies and the acquisition of their raw materials. Destruction of lands to obtain raw materials such as iron, mercury and gold can adversely affect the ecosystem. In addition, e-waste generated at the end of the useful life of the electronic products produced causes toxic chemicals to be released into the environment. Failure to manage e-waste effectively creates health risks due to environmental pollution.

Another dilemma is that digital health requires the collection and storage of enormous amounts of data. The storage of data in cloud systems causes high energy consumption. Tele-medicine services, one of the most frequently used areas of digital health, reduce carbon emissions during transportation to health institutions. However, these services also cause a large amount of energy consumption, which increases the amount of carbon emissions. The proven benefits and potentials of digital health technologies are immense. However, for a sustainable health and environment, the environmental effects of these technologies should also be investigated. Global health policies should be established for sustainable technology applications and green information technologies should be supported.

Keywords: Digital health, Digital Health Technology, Environment, Green Information Technologies



DEVLETTE DİJİTAL DÖNÜŞÜM: DİJİTAL DÖNÜŞÜM OFİSİ ve AÇIK VERİ PROJESİ

Süleyman KİP

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-3743-4753

Hafijur RAHMAN

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0001-7945-6307

ÖZET

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, internet kullanımının geniş kitlelere ulaşması ve bilgi toplumu dönemine geçiş ile birlikte devletlerin kalkınma anlayışları ve kamu hizmetlerinin sunum şekli de dönüşüme uğramaktadır. Devletin yeni kalkınma yaklaşımları çerçevesinde çalışmaları organize etmesi ve yürütmesi gerekmektedir. Geleceğin ekonomisinde etkin bir güç olmak, zamanın getirdiklerini iyi yorumlamak, hızlı karar alıp kararları uygulayan yönetim anlayışına sahip olmak ve yenilikçi teknolojilerle çözüm üretebilmek ile mümkündür. Doğrudan yapan devlet anlayışının yerini aktörleri etkinleştiren ve bütün aktörleri kalkınma amacıyla bir araya getiren devlet anlayışı almıştır. Teknoloji ve dijitalleşme çağı tüm aktörlerin ortaklığını zorunlu kılmaktadır. Ayrıca günümüz koşulları, planlama, karar verme ve uygulama süreçlerini etkileyen tüm paydaşlar ile devlet arasındaki ilişkilerde yeni aktörler ortaya çıkmıştır. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile kurulan Dijital Dönüşüm Ofisi, günümüz teknolojisini kamu yönetimine uyarlamayı amaçlayan devlet uygulamaları aktörlerinden biridir. Ofisin amaçları arasında verilerin araştırmalar ve yapay zekâ teknolojilerinde kullanılması da yer almaktadır. Yapay zekâ ve yenilikçi teknolojilerin geliştirilebilmesi veri ekosistemi ile orantılıdır. Açık Veri Projesi, vatandaşlara ve bilim insanlarına sunulmak üzere anonimleştirilmiş ve mahremiyeti sağlanmış, veriden değer üretmeyi amaçlayan veri paylaşım projesidir. Bu çalışma, son dönemlerde kamu yönetimi alan yazınında ön plana çıkan dijitalleşme ve devletin dijital dönüşümü konusuna değinmektedir. Bu kapsamda, Dijital Dönüşüm Ofisi ve Açık Veri Projesinin amaçları, yararları ve olumsuzlukları açıklanacaktır. Ayrıca, Dijital Dönüşüm Ofisi projelerinin neler olduğu ve karşılaşılan sorunlar üzerinde durulmuştur. Verilerin analiz edilmesi sürecinde mahremiyet koruyucu çeşitli önlemler incelenmiş, bu önlemlerden en çok kullanılanı olan Diferansiyel Mahremiyet açıklanmış ve mahremiyetin gürültü ekleme metodu ile nasıl sağlanacağı anlatılmıştır. Federe Öğrenme, verilerin sunuculardan hiç



çıkmadığı işbirlikçi bir makine öğrenmesi yöntemidir. Açık Veri Projesi kapsamında Federe Öğrenme ile kişisel verilerin gizliliğinin sağlanacağı savunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Dönüşüm Ofisi, Dijitalleşme, Açık Veri, Teknoloji, Yapay Zekâ



DIGITAL TRANSFORMATION IN THE STATE: DIGITAL TRANSFORMATION OFFICE and OPEN DATA PROJECT

Süleyman KİP

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-3743-4753

Hafijur RAHMAN

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0001-7945-6307

ABSTRACT

Along with the developments in information and communication technologies, the reach of Internet usage to a wide audience and the transition to the information society era, the development of understanding of states and the way public services are provided are also undergoing a transformation. The state needs to organize and carry out work within the framework of new development approaches. It is possible to be an effective force in the economy of the future, to interpret well what time brings, to have an understanding of governance that takes quick decisions and implements decisions, and to be able to create solutions with innovative technologies. The direct state understanding has been replaced by understanding of the state that enables actors and brings all actors together for the purpose of development. The age of technology and digitalization requires the partnership of all actors. In addition, new actors have emerged in the relations between all stakeholders and the state, which affect today's conditions, planning, decision making and implementation processes. The Digital Transformation Office, established with the Presidential System of Government, is one of the actors of state practices aimed at adapting today's technology to public administration. The aim of the office includes the use of data in research and artificial intelligence technologies. The development of artificial intelligence and innovative technologies is proportional to the data ecosystem. The Open Data Project is a data sharing project that aims to generate value from data that has been anonymized and provided with privacy to be presented to citizens and scientists. This study explores the topic of digitalization and digital transformation of the state, which has recently come to the core in the field of public administration. In this context, the objectives, benefits and negatives of the Digital Transformation Office and the Open Data Project will be explained. In addition, it was focused on what the Digital



Transformation Office projects are and the problems encountered. In the process of analyzing the data, various privacy-protecting measures were examined, Differential Privacy, which is the most used of these measures, was explained and it was explained how to ensure privacy by adding noise. Federated Learning is a collaborative machine learning method in which data never leaves the servers. It is argued that the privacy of personal data will be ensured with Federated Learning within the scope of the Open Data Project.

Keywords: Digital Transformation Office, Digitization, Open Data, Technology, Artificial Intelligence



YÖNETİME GÜVENİNİN SAĞLANMASINDA BİR ARAÇ OLARAK 20. YILINA GİRERKEN BİLGİ EDİNME HAKKI KANUNUNUN UYGULAMA BAŞARISI

Ertuğrul Selçuk GÜLDÜLER

İETT Genel Müdürlüğü

ORC-ID: 0000-0003-4785-8111

ÖZET

Demokratik ve şeffaf yönetimin gereklerinden olan eşitlik, tarafsızlık ve açıklık ilkelerinin önem kazanmasıyla kamu idarelerinden bilgi talep eden vatandaşların, belirli süre ve şartlarda bilgi sahibi olmaları sağlanmaktadır. Çıkarıldığı günden bugüne yaklaşık yirmi yıl geçen Bilgi Edinme Hakkı Kanunu çerçevesinde, vatandaşların bilgi talepleri kamu idarelerince karşılanmaktadır. Çalışmanın konusu, bilgi edinme hakkı kapsamında kamu idarelerinin bilgi edinme başvurularına süresinde ve tam olarak cevap verip vermediğinin incelenmesidir. Çalışmanın amacı, seçilen örneklem üzerinde kamu idarelerinin bilgi edinme hakkı kanununda yer alan ilkelere ne derecede uyduklarının ve gelişmeye açık alanların ortaya konulmasıdır. Örneklem olarak Türkiye'deki 30 büyükşehir belediyesi seçilmiştir. Her örnekleme CİMER sistemi üzerinden yapılan başvuruda şehir içi toplu taşımada 2019 ve 2020 yıllarında yapılan yolculuk sayısı bilgisi talep edilmiştir. Cevap vermeyen belediyelerden 2 tanesi için Bilgi Edinme ve Değerlendirme Kurulu'na yazılı müracaat yapılmıştır. Elde edilen cevaplar bir hesaplama yöntemi ile sayısallaştırılmış ve 100 üzerinden puanlanmıştır. Puanlamada kriter olarak başvuruya cevap verilmesi, cevap verme süresi, talep edilen bilginin tam olarak verilmesi alınmıştır. Verilerin büyük bir kısmının toplanması yaklaşık 7 ay sürmüştür. Çalışma, kamu idarelerinin bilgi edinme faaliyeti ile ilgili başarısını bir puan üzerinden modellemektedir. 30 büyükşehir belediyesinin tamamının bilgi edinme başvurusuna cevap verdiği; 22'sinin kanuni süreye uydukları sonucuna ulaşılmıştır. 30 büyükşehir belediyesinden 17'si istenilen bilgiyi tam olarak sağlamıştır. İstenen bilgiyi vermeyen belediyeler, gerekçe olarak şahsen başvuru yapılabileceği, internet sitesinden ya da telefon ile bilginin temin edilebileceği, istenilen bilginin gizli ve ayrı bir çalışma yapılmasını gerektiren bilgi olduğu yönünde gerekçelerde bulunmuştur. Kamu idarelerinin çeşitli ve asılsız gerekçelerle başvurularda talep edilen bilgileri vermedikleri; kanundaki süreye uymadıkları; Bilgi Edinme Kanunu'nun içeriğine uygun olmayan bu uygulamaların Kurul tarafından kabul edilebilir olarak görüldüğü çalışma sonuçları olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: bilgi edinme hakkı, yerel yönetimler, eşitlik, tarafsızlık, açıklık



IMPLEMENTATION SUCCESS OF THE LAW ON THE RIGHT TO INFORMATION, ENTERING ITS 20TH ANNIVERSARY AS A TOOL TO ENSURE CONFIDENCE IN MANAGEMENT

Ertuğrul Selçuk GÜLDÜLER

İETT Genel Müdürlüğü

ORC-ID: 0000-0003-4785-8111

ABSTRACT

The principles of equality, impartiality and openness that are required by democratic and transparent management become important, allowing citizens requesting information from public administrations to be informed in certain periods and conditions. The study aims to reveal the extent to which public administration complies with the principles contained in the right to information law and the areas open to development on the selected sample. As a sample, 30 metropolitan municipalities in Turkey were selected. For each sampling application made through the CIMER system, information on the number of trips made on urban public transportation in 2019 and 2020 was requested. Written applications were made to the Right to Information Law for 2 municipalities that did not respond. The answers obtained were digitized with a calculation method and scored out of 100. Responding to the application, response time, and providing the requested information were taken as criteria in scoring. Most of the data took about 7 months to collect. 30 metropolitan municipalities responded to the request for information; it was concluded that 22 of them complied with the statutory deadline. 17 of the 30 metropolitan municipalities provided the requested information in full. The municipalities, which did not provide the requested information, justified that the application can be made in person, information can be obtained from the website or by phone, and that the requested information is confidential and requires a separate study. Public administrations do not provide the information requested in the applications for various and unfounded reasons; they did not comply with the time limit in the law; these practices, which do not comply with the content of the Right to Information Law, are considered the results of the study, which are seen as acceptable by the Board.

Keywords: right to information, local governments, equality, impartiality, openness



SOSYAL HİZMETTE ELEKTRONİK BİLGİ SİSTEMLERİNİN KULLANIMININ HİZMET SUNUMU VE MESLEKİ KİMLİK ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Gizemnur KORDALI

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5124-6268

ÖZET

Dijitalleşme çağında insan yaşamının her yönü bilgi ve iletişim teknolojilerinden (BIT) etkilenmektedir. Sosyal hizmet sürdürülebilir refah hedefi çerçevesinde bilgiyi merkeze almakta ve hizmetlerini çalışılan grubun ihtiyaçlarına cevap verebilmek üzerine temellendirmektedir. Bu doğrultuda elektronik bilgi sistemleri sosyal hizmet müdahalesine işbirlikçi çözümler, kayıt ve depolama kolaylığı, erişim ve örgütlenme kapasitesi, zaman tasarrufu, kaynak ve uzmanlaşmış nüfusa hızlı erişim, hesapverilebilirlik gibi avantajlar sağlamaktadır. Ancak dijital ve teknoloji tabanlı çözümler aynı zamanda, kime ve nasıl hizmet edildiği konusunda büyük bir değişim ve radikal dönüşüm yaratma gücüne sahiptir. Hükümetlerin denetleme işlevine giderek daha fazla aracılık eden bilgi teknolojileri, elektronik panoptikon kurarak, kontrol toplumunun inşasına katkı sunmaktadır. Bu durum sosyal hizmet kurumlarının misyonu, müracaatçı gruplarının aldığı hizmetin içeriği ve sosyal hizmet uzmanının mesleki kimliği açısından risk kabul edilmektedir. Elektronik bilgi sistemleri içerisinde standardizasyon, niceleme ve biçimsel temsil fenomenlerinin merkeze alınması, sosyal hizmetleri merkezi hükümet politikaları odağında bir paradigma kaymasına itmektedir. Sosyal hizmette bilgi toplama ve işlemeye yönelik artan vurgu, sosyal hizmetin profesyonel statüsünü tehdit etme, ilişkisel yönelimi sınırlama, mesleki değer ve kimlikleri bürokratikleştirme riski taşımaktadır. Bu çalışmada elektronik bilgi sistemlerinin, sosyal hizmet sunumundaki etkilerine odaklanılmakta ve bu çerçevede sosyal hizmetin örgütsel, profesyonel ve bürokratik sorumlulukları arasındaki gerilim tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: BIT, Elektronik Bilgi Sistemi, Veri Tabanları, Sosyal Hizmet, Elektronik Panoptikon, Bürokratikleşme



EFFECTS OF USE OF ELECTRONIC INFORMATION SYSTEMS IN SOCIAL WORK ON SERVICE PROVISION AND PROFESSIONAL IDENTITY

Gizemnur KORDALI

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5124-6268

ABSTRACT

In the age of digitalization, every aspect of human life is affected by information and communication technologies (ICT). Social work puts information at the center within the framework of the goal of sustainable welfare and bases its services on meeting the needs of the working group. In this respect, electronic information systems provide advantages such as collaborative solutions to social work intervention, ease of registration and storage, capacity for access and organization, time saving, rapid access to resources and specialized population, and accountability. But digital and technology-based solutions also have the power to create massive change and radical transformation in who and how they are served. Information technologies, which increasingly mediate the supervisory function of governments, contribute to the construction of the control society by establishing an electronic panopticon. This situation is accepted as a risk in terms of the mission of social service institutions, the content of the service received by the client groups and the professional identity of the social worker.

The centralization of the phenomena of standardization, quantification and formal representation in electronic information systems pushes social services to a paradigm shift in the focus of central government policies. The increased emphasis on information gathering and processing in social work risks threatening social work's professional status, limiting relational orientation, and bureaucratizing professional values and identities. This study focuses on the effects of electronic information systems on the provision of social work, and in this context, the tension between the organizational, professional and bureaucratic responsibilities of social work is discussed.

Keywords: ICT, Electronic Information System, Databases, Social Work, Electronic Panopticon, Bureaucratization



SAĞLIK KURULUŞLARINDA DİJİTALLEŞME VE VERİMLİLİĞİN ÖNEMLİ BİLEŞENİ: KURUMSAL KAYNAK PLANLAMA

Sema DÖKME YAĞAR

Ankara Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0298-7534

ÖZET

Günümüzde salgın ile birlikte kamu kaynaklarının verimli kullanımı tekrar tartışma konusu haline gelmiştir. Bu süreçte, sağlık yöneticileri kurumsal kaynak planlama sistemleri gibi mevcut kaynakları verimli bir şekilde yönetebilmek için faydalı araçlara ihtiyaç duymuşlardır. Kurumsal kaynak planlama teknolojisi, gerekli tüm iş fonksiyonlarını paylaşılan bir veri tabanı ile tek bir sisteme entegre etmek için kurumsal çapta bir paket olarak tanımlanmaktadır. Sağlık kuruluşlarındaki dijitalleşme sürecinin önemli bir göstergesi olarak bilinmektedir. Bu teknolojik yapı ile birlikte finansal yönetim, insan kaynakları yönetimi, ürün ve hizmet lojistiği gibi birçok faaliyet sistematik olarak uyumlu hale getirilmektedir. Bu çalışmada ise, kurumsal kaynak planlamanın verimlilik üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmalar incelenmiştir. İncelenen araştırmalar seçilirken bazı kriterler dikkate alınmıştır. Araştırmaların SSCI, SCI-E, SCI, ESCI ve Scopus indekslerinde yer alması ve elektronik ortamda ulaşılabilir olması temel kriterler olmuştur. “Kurumsal kaynak planlama”, “hastane”, “sağlık kuruluşu” ve “verimlilik” anahtar kelimeleri kullanılarak 11.07.2022 – 17.07.2022 tarihleri arasında, PubMed, Web of Science ve Google Akademik veri tabanları üzerinden bir tarama yapılmıştır. Başlık ve özetler dikkate alınarak çalışmalar incelenmiş ve belirlenen kriterleri sağlayan altı araştırma çalışmanın kapsamını oluşturmuştur. Araştırmaların %83.3’ünün vaka çalışması niteliğinde olduğu belirlenmiştir. Bunun dışında, araştırmaların Kore (%33.3), ABD (%16.7), Portekiz (%16.7) ve Pakistan’da (%16.7) yapıldıkları tespit edilmiştir. Bir çalışmada ise, araştırmanın yapıldığı yer belirtilmemiştir. Verimlilik açısından bakıldığında, araştırmaların büyük bir çoğunluğunda (%66.7) hizmet kalitesinin artırılmasında kurumsal kaynak planlamanın etkili olabileceği görülmüştür. Aynı şekilde, araştırmaların %33.3’ünde maliyetleri düşüren etkisine ve %16.7’sinde ise, karar verme süreçlerini kolaylaştırıcı etkisine vurgu yapılmıştır. Sonuç olarak, rekabetçi bir sağlık sektöründe hastaneler/ sağlık kuruluşları, maliyetleri düşürürken aynı zamanda yüksek kaliteli bakım sunmak için süreçlerine odaklanmak zorundadırlar. Elde edilen bulgular, bu süreçlerin geliştirilmesinde ve kaynakların verimli



yönetilmesinde hastaneler/sağlık kuruluşları için kurumsal kaynak planlamanın değerini ortaya koyan bazı değerli kanıtları sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Karar Verme, Kurumsal Kaynak Planlama, Maliyet



DIGITALIZATION AND IMPORTANT COMPONENT OF EFFICIENCY IN HEALTHCARE ORGANIZATIONS: ENTERPRISE RESOURCE PLANNING

Sema DÖKME YAĞAR

Ankara Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0298-7534

ABSTRACT

Today, with the epidemic, the efficient use of public resources has become a matter of discussion again. In this process, healthcare managers needed useful tools to efficiently manage existing resources, such as enterprise resource planning systems. Enterprise resource planning technology is defined as an enterprise-wide package for integrating all necessary business functions into a single system with a shared database. It is known as an important indicator of the digitalization process in health institutions. With this technological structure, many activities such as financial management, human resources management, product and service logistics are systematically harmonized. In this study, studies examining the effects of enterprise resource planning on productivity were examined. Some criteria were taken into account while selecting the studies examined. The basic criteria were that the researches were included in the SSCI, SCI-E, SCI, ESCI and Scopus indexes and that they were accessible electronically. A search was conducted on PubMed, Web of Science and Google Scholar databases between 11.07.2022 and 17.07.2022 using the keywords "institutional resource planning", "hospital", "health institution" and "efficiency". The studies were examined by considering the titles and abstracts, and six studies that met the specified criteria formed the scope of the study. It was determined that 83.3% of the studies were case studies. Apart from this, it was determined that the studies were conducted in Korea (33.3%), USA (16.7%), Portugal (16.7%) and Pakistan (16.7%). In one study, the place where the research was conducted was not specified. From the point of view of efficiency, it has been seen in most of the studies (66.7%) that enterprise resource planning can be effective in increasing service quality. Likewise, 33.3% of the studies emphasized its cost-reducing effect and 16.7% its facilitating effect on decision-making processes. As a result, in a competitive healthcare industry, hospitals/healthcare organizations must focus on their processes to deliver high-quality care while reducing costs. The findings provide some valuable evidence that demonstrates the value of enterprise resource planning



for hospitals/healthcare organizations in developing these processes and managing resources efficiently.

Keywords: Service Quality, Decision Making, Enterprise Resource Planning, Cost



DİJİTALLEŞMENİN SOSYAL HİZMET ALANINA YANSIMALARI: İYİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ IŞIĞINDA TÜRKİYE'DE SOSYAL HİZMET SUNUMU VE BİLGİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN ETKİN KULLANIMI

Ayşe ALİCAN ŞEN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-7132-8394

ÖZET

21. yüzyılda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan baş döndürücü değişikliklerle ivme kazanan Toplum 5.0 olgusu doğa bilimlerinde olduğu kadar sosyal bilimlerde de paradigma değişimini zorunlu kılmıştır. Bu süreçte insani hizmet odaklı meslekler içerisinde yer alan sosyal hizmet alanında geleneksel yöntemlerin yanı sıra sosyal hizmetlerin sunumunda bilgi iletişim teknolojilerinin kullanılmasına yönelik tartışmalar ve uygulamalar gündeme gelmiştir. Günümüzde birçok gelişmiş ülkede sosyal hizmette bakım uygulamalarına erişimi artırmak için teknoloji ve internet tabanlı platformlar kullanılmakta, sosyal hizmet uzmanları çevrimiçi danışma oturumları, sosyal medya platformları, video tabanlı eğitimler ve müdahaleler aracılığıyla hizmetler sunmaktadır. Ayrıca müdahale süreçlerini daha iyi takip etmek ve güncellemek için gelişmiş yazılım ve çevrimiçi hizmetler de kullanılmaktadır. Türkiye'de sosyal hizmet alanında temel bilgi teknolojilerinin yaygın olarak kullanımı COVID-19 küresel salgını ile birlikte başlamıştır. Ancak kurumların teknolojik alt yapı ve bütçe yetersizlikleri, personelin teknolojik bilgi ve kullanım yetkinlerinin artırılması ihtiyacı, müracaatçıların sosya-kültürel ve ekonomik özellikleri gibi etkenler bilgi-iletişim destekli sosyal hizmet sunumunun yaygınlaştırılması ve etkin kılınması önündeki kısıtlar olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışmada ilk olarak konuya ilişkin kuramsal yaklaşımlar ele alınacaktır. Ardından iyi uygulama örnekleri üzerinden dünyada bilgi iletişim teknolojileri kullanılarak gerçekleştirilen sosyal hizmet müdahale ve değerlendirme süreçleri ve uygulama modelleri incelenecektir. Son olarak Türkiye'nin sosyal, kültürel ve ekonomik arka planı göz önünde bulundurularak iyi uygulamalar ışığında dijital tabanlı sosyal hizmet sunum imkanları üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi iletişim teknolojileri, e-sosyal hizmet, sosyal hizmet müdahalesi



REFLECTIONS OF DIGITALIZATION TO SOCIAL WORK: SOCIAL WORK PRESENTATION AND THE EFFECTIVE USE OF INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE LIGHT OF GOOD PRACTICE EXAMPLES

Ayşe ALİCAN ŞEN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-7132-8394

ABSTRACT

The phenomenon of Society 5.0, which gained momentum with the rapid change in information and communication technologies in the 21st century, necessitated a paradigm shift in social sciences as well as in natural sciences. In this process, discussions and practices regarding the use of information and communication technologies in the delivery of social works have come to the fore in addition to traditional methods in the field of social work, which is among the human service-oriented professions. Today, technology and internet-based platforms are used to increase access to care practices in social work in many developed countries, social workers provide services through online counseling sessions, social media platforms, video-based trainings and interventions. Advanced software and online services are also used to better track and update response processes. The widespread use of basic information technologies in the field of social work in Turkey started with the COVID-19 global epidemic. However, factors such as the technological infrastructure and budget deficiencies of institutions, the need to increase the technological knowledge and usage skills of the personnel, and the socio-cultural and economic characteristics of the applicants stand out as the constraints on the dissemination and effectiveness of information-communication supported social work provision. In this study, first of all, theoretical approaches on the subject will be discussed. Then, the social work intervention and evaluation processes and application models, which are carried out using information and communication technologies in the world, will be examined through good practice examples. Finally, considering Turkey's social, cultural and economic background, digital-based social work delivery opportunities will be discussed in the light of good practices.

Keywords: Information and communication technologies, e-social work, social work intervention



COVID-19 ÖNCESİ VE SONRASI SAĞLIK HARCAMALARININ ENFLASYONA ETKİSİ: EURO BÖLGESİ

Ezgi DOĞAN

Yüksek İhtisas Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7751-7687

ÖZET

2019 Aralık ayında başlayan ve 2020 Mart ayı itibariyle küresel ölçekli etkilerinin görüldüğü Covid-19 pandemisi birçok sektörü etkileyerek ekonomide yakın tarihte benzeri görülmemiş bir kriz ortamı ve belirsizlik yaratmıştır. Covid-19 pandemisi ile ülkeler çeşitli ekonomik önlemler almıştır. Para ve maliye politikası kapsamında birçok politika aracı kullanılmıştır. Bu dönemde özellikle mali destek paketleri uygulanarak sağlık sektörü desteklenmiştir. Pandemi döneminde sağlık kuruluşlarının yükünün artması ve mali destek paketleri; sağlık sektörüne ve Covid-19 tedavisine özel ayrılan paketler sağlık harcamalarını arttırmıştır. Uygulanan önlemlere rağmen Covid-19 pandemisinin etkilerinin yoğun bir şekilde yaşandığı ve pandeminin etkisinin azaldığı dönemlerde arz ve talep şoklarının yaşanmasının ekonomiye etkileri olmuştur. Euro Bölgesinde 2019 yılında %1,20 olan enflasyon (TÜFE) oranı, 2021 yılında %3,40 olmuştur. 2021 yılı enflasyon tahmini, tahminlerin revize edilmiş olmasına rağmen %2,56 iken gerçekleşen %3,40 olmuştur. Euro Bölgesi 2022 yılı enflasyon tahmini ise %7,01'dir. Çalışmada Covid-19 öncesi ve sonrası Euro bölgesinde sağlık harcamalarının enflasyona olan etkisi analiz edilmektedir. Yapılan çalışmalarda Covid-19 pandemisinin ülke ekonomilerine olan etkileri incelenirken spesifik olarak sağlık harcamalarının Covid-19 öncesi ve sonrası enflasyona etkisi ele alınmamış olup çalışmanın literatüre bu yönüyle katkı sağlaması hedeflenmektedir. Çalışma kapsamında OECD ve Dünya Bankası verileri derlenmiştir. Çalışmanın ekonometrik analizi için EViews programı kullanılarak öncelikle birim kök testi ile serilerin duranlığı incelenecektir. Sonrasında ise VAR analizi ve Granger nedensellik testi uygulanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, sağlık ekonomisi, sağlık harcamaları, enflasyon, Euro Bölgesi



THE EFFECT OF HEALTH EXPENDITURES ON INFLATION BEFORE AND AFTER COVID-19: EURO AREA

Ezgi DOĞAN

Yüksek İhtisas Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7751-7687

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic, which started in December 2019 and had global effects as of March 2020, affected many sectors and created an unprecedented crisis environment and uncertainty in the economy in recent history. With the Covid-19 pandemic, countries have taken various economic measures. Many policy tools have been used within the scope of monetary and fiscal policy. Throughout this period, the health sector was supported, especially by applying financial support packages. Increasing the burden of health institutions and financial support packages during the pandemic period; Packages dedicated to the health sector and Covid-19 treatment have increased health expenditures. Despite the measures implemented, the effects of supply and demand shocks on the economy were experienced in the periods when the effects of the Covid-19 pandemic were experienced intensely and the effect of the pandemic decreased. The inflation (CPI) rate, which was 1.20% in 2019 in the Euro Area, became 3.40% in 2021. Although the forecast for 2021 inflation was revised, it was 2.56%, while the actual realized was 3.40%. The Euro Area inflation forecast for 2022 is 7.01%. In the study, the effect of health expenditures on inflation in the Euro Area before and after Covid-19 is analyzed. While examining the effects of the Covid-19 pandemic on the national economies in the studies, the effect of health expenditures on inflation before and after Covid-19 was not specifically addressed, and it is aimed that the study will contribute to the literature. Within the scope of the study, OECD and World Bank data were compiled. Using the Eviews program for the econometric analysis of the study, first of all, the stationarity of the series will be examined with the unit root test. Afterwards, VAR analysis and Granger causality test will be applied.

Keywords: Covid-19, health economics, health expenditures, inflation, Euro Area



FEMİNİZM VE ÇOCUK HAKLARI PERSPEKTİFİ BAĞLAMINDA SHARENTING KAVRAMI

Hatice Büşra CAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5895-3379

ÖZET

Yaşadığımız dijital ağ toplumunda kitlesel iletişimi sağlayan en önemli mecralardan birisi de şüphesiz ki sosyal medya araçlarıdır. Sosyal medya araçları aynı zamanda bireylerin duygu, düşünce, deneyim, ilgi, beceri veya yetkinliklerini sergilemek için paylaşımlar yaptığı dijital alanlardır. Sosyal medyada popüler olarak paylaşılan ve bu çalışmanın da konusunu oluşturan deneyimlerden birisi de “sharenting” pratikleridir. Sharenting kavramı İngilizce “share” (paylaşım) ve “parenting” (ebeveynlik) kavramlarının birleşiminden oluşmakta ve ebeveynlerin, çocukları hakkında ses, fotoğraf, video, hikaye gibi medyalar paylaşarak kendi ebeveynlik deneyimlerini sosyal medyada düzenli ve detaylı olarak sunma pratiklerini ifade etmektedir. Annelerin ise daha sık biçimde sharenting pratiklerini görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada, “sosyal annelik” olgusu, feminist perspektif ve çocuk hakları perspektifinden incelenerek hem anneyi sharenting pratiğini yapmaya iten nedenler hem de çocuk açısından bu pratiklerin etkileri ele alınmıştır. Bu kapsamda sharenting, feminist bakış açısından değerlendirildiğinde ataerkil düzende hep geri planda bırakılan kadının, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerine göre kutsal olan annelik rolünü dijital araçlarla birleştirerek güç, yetkinlik, popülerlik ve iyi bir ekonomik kazanç elde etmesini sağlar. Aynı zamanda da kadının “makbul annelik” kimliğini inşa ederek ataerkil düzende toplumsal onay almasına ve sosyal statüsünü yükseltmesine yardımcı olur. Diğer taraftan sharenting kavramı çocuk hakları açısından değerlendirildiğinde ise, çocuğun çocukluk çağından itibaren dijital ayak izinin oluşmasına, çocuğun özel hayatının, onur ve saygınlığının ve kişisel verilerinin korunması hakkının ihlaline neden olmaktadır. Tüm bunların yanı sıra çocuğun çocuk teşhirciliğine ve istismarına açık hale gelmesine ve çocukların ekonomik açıdan ebeveynleri tarafından istismar edilmesine de sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla bu çalışmada feminizm ve çocuk hakları perspektifine göre değerlendirilen sharenting pratiğinin çocuklar için oldukça olumsuz ve riskli etkileri sahip bir pratik biçimi olduğu, kadınlar açısından ise kutsal annelik olgusu üzerinden yapmış oldukları ataerkil pazarlık nedeniyle geleneksel toplumsal cinsiyet kalıplarını yeniden üreten bir mekanizmaya sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sharenting, Sosyal Medya Ebeveynleri, Çocuk Hakları, Feminist Perspektif



THE CONCEPT OF SHARENTING IN THE CONTEXT OF FEMINISM AND CHILDREN'S RIGHTS PERSPECTIVE

Hatice Büşra CAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5895-3379

ABSTRACT

Undoubtedly, social media tools are one of the most important channels that provide mass communication in the digital network society we live in. Social media tools are also digital spaces where individuals share their feelings, thoughts, experiences, interests, skills or competencies. One of the experiences that are popularly shared on social media and which is the subject of this study is the “sharenting” practices. The concept of sharenting consists of the combination of the English “share” and “parenting” concepts and refers to the practice of parents to present their own parenting experiences regularly and in detail on social media by sharing media such as audio, photo, video, story about their children. Sharenting practices of mothers are seen more frequently. Therefore, in this study, the phenomenon of “social motherhood” is examined from the perspective of feminist and children’s rights, and both the reasons that push the mother to practice sharenting and the effects of these practices in terms of the child are discussed. In this context, when sharenting is evaluated from a feminist point of view, it enables the woman, who has always been left in the background in the patriarchal order, to gain power, competence, popularity and a good economic gain by combining the sacred role of motherhood according to traditional gender roles with digital tools. At the same time, it helps women to gain social approval and raise their social status in the patriarchal order by building the identity of “acceptable motherhood”. On the other hand, when the concept of sharing is evaluated in terms of children’s rights, it causes the formation of a child’s digital footprint from childhood, a violation of the child’s right to privacy, dignity and respect, and the protection of personal data. In addition to all these, it also causes the child to be open to child exhibitionism and abuse, and to the economic exploitation of children by their parents. Therefore, in this research, it has been revealed that sharenting practice, which is evaluated from the perspective of feminism and children’s rights, is a practice that has extremely negative and risky effects for children, and that it has a mechanism that reproduces traditional gender stereotypes for women due to the patriarchal bargain they have made over the sacred motherhood phenomenon.

Keywords: Sharenting, Social Media Parents, Child Rights, Feminist Perspective



DİJİTAL ARAÇLARLA ÖZENDİRİLEN “ZORBALIK VE LİNÇ KÜLTÜRÜ”: GENÇ KUŞAKLAR BAĞLAMINDA

Aysel TEKGÖZ OBUZ

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6738-5449

ÖZET

Sosyal medya, günümüzde en sık kullanılan iletişim ağlarından biridir. Hem bilginin üretimi ve yayılımında hem de eğlence amaçlı olarak hemen herkesin gündelik yaşantısında kendine yer edindiği bir gerçektir. Özellikle genç kuşak arasında son zamanlarda neredeyse bir gereklilik haline gelen sosyal medya araçları, bir takım getirilerinin yanında birçok riskleri de içerisinde barındırmaktadır. Örneğin gençler arasında sık takip edilen sosyal medya platformları incelendiğinde, özellikle lise çağı çocukları açısından; zenginlik, güç, güzellik, sonsuz aşk ve popülerlik kavramlarının özendirildiği ve bunlar dışında kalan kişilerin ise dışlanmaya, ezilmeye ve hor görülmeyle maruz bırakıldığı anlaşılmaktadır. Bu çalışmada da şiddetin bir biçimi olan zorbalık, linç, hakaret, dışlama ve hor görülme kavramları tartışılacaktır. Bu bağlamda ilgili alan yazın taraması ve özellikle son zamanlarda genç kuşak arasında oldukça popüler olan bazı dizi, film, oyun ve sosyal medya araçları irdelenecektir. Sonuç olarak, son zamanlarda genç kuşak tarafından sıkça izlenen ya da takip edilen programlarda, bu kavramların yoğunlukta olduğu görülmektedir. Buna bağlı olarak da, gençler arasında zorbalık ve linç alt kültürünün yaygınlaştığı, aşığılama ve dışlanmanın oldukça ön planda tutulduğu söylenebilir. Nitekim gençlerin zararlı içerikleri takip etmemeleri hususunda olumlu bir ebeveyn takibi önemli olmaktadır. Ayrıca okullarda, konu hakkında ve olumlu sosyal ilişkilerin geliştirilmesine yönelik farkındalık eğitimleri önemli olmaktadır. Bu eğitimler aracılığıyla, gençler arasında empati ve diyalog zeminini geliştirmek üzere bir gönüllülük faaliyeti önemli rol oynayabilir. Böylece okullarda “akran dayanışması” sağlanarak, zorbalığın önüne geçilebilir.

Anahtar Kelimeler: Zorbalık, Linç, Sosyal Medya, Genç Kuşak



“BULLYING AND LYNCHING CULTURE” ENCOURAGED BY DIGITAL TOOLS: IN THE CONTEXT OF YOUTH GENERATIONS

Aysel TEKGÖZ OBUZ

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6738-5449

ABSTRACT

Social media is one of the most frequently used communication networks today. It is a fact that both for the production and dissemination of information and entertainment purposes, it has a place in the daily life of almost everyone. While social media tools, which have recently become almost a necessity, especially among the youth generation, have some benefits, they also bring some risks. For example, when analyzing social media platforms often followed by young people, primarily in terms of high school children, it is understood that the concepts of wealth, power, beauty, endless love, and popularity are encouraged. Furthermore, people excluded from the concepts of wealth, power, beauty, endless love and popularity are exposed to exclusion, oppression, and despise. In this study, the concepts of bullying, lynching, insulting, excluding and despising, which are a form of violence, will be discussed. In this context, TV series, movies, games and social media tools that are very popular, especially among the youth generation, will be examined, and a review of the relevant literature will be presented. As a result, it is seen that these concepts are intensified on the platforms often watched or followed by the youth generation. Accordingly, it can be stated that the subculture of bullying and lynching has become widespread; in addition, humiliation and exclusion are prioritized among young people. Positive parental monitoring is necessary not to follow harmful content for young people. In addition, awareness training provided by schools on the subculture of bullying and lynching, and positive social relations development is critical. Through these pieces of training, a volunteer activity can play an essential role in developing empathy and dialogue among young people. Thus, bullying can be prevented by providing “peer solidarity” in schools.

Keywords: Bullying, Lynching, Social Media, Youth Generation



COVID-19 PANDEMİSİNE EPİSTEMİK PATERNALİZM BAĞLAMINDA BAKMAK: KAMU OTORİTESİNİN DEZENFORMASYONLA İMTİHANI

Halil KANADIKIRIK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7215-1073

ÖZET

Paternalizm, özetle bir toplumsal grupta hiyerarşik olarak üst statüde bulunan kişi veya grubun as veya aslarının iyi halini sağlamak ya da onları bir kötülükten korumak amacıyla, bu as veya aslarının açık rızasını aramaksızın bunların davranış tercihlerine müdahale etmelerinin meşru kabul edilmesidir. Paternalist davranış, sosyal bilimlerde çeşitli dal ve kavramlar altında incelenmektedir. Paternalizm, iktisat, işletme, tıp ve eğitim alanlarında çokça araştırmaya konu olmuşken, siyaset bilimi ve kamu yönetiminde daha nadir işlenmiş bir konudur. Bununla birlikte COVID-19 pandemisi, liberal demokratik siyasal sistemlere sahip devletlerin dahi halklarıyla ilişkilerinde, olağan dönemlerde düşünülemez derecede paternalist müdahalelerde bulunabileceklerini göstermiştir. Siyasal yazında sıklıkla ulus devletlerin kuvvetle geri dönüşü temasıyla işlenen konu, tam da kamu otoritelerinin toplumların her kesimine yönelik paternalist korumacılıklarının bu derecede bir toplumsal kabulle karşılanmış olmasıdır. Sokağa çıkma ve seyahat kısıtlamaları; iş yeri, eğitim kurumları, dinî kurumlar, vb. birçok mekânın fiziksel erişime kapanması; maske takma zorunluluğu; salgından olumsuz etkilenen gruplara mali kaynak aktarma gibi uygulamalar, paternalizmin en sert biçimlerine örnektir. Koronavirüs salgını boyunca kamu otoritelerinin en fazla paternalist müdahalede bulunduğu alan ise bireylerin bilişsel, duygusal ve ahlâki durumlarıdır. Pandeminin başından itibaren tüm dünyada virüs kadar hızla yayılan dezenformasyonun kontrol altına alınması amacıyla Dünya Sağlık Örgütü ve ulusal hükümetlerce, tam da bu bilişsel, duygusal ve ahlâki durumu, yani epistemik alanı belirlemeye yönelik çeşitli tedbirler uygulanmıştır. Dezenformasyonun kontrol altına alınması amacıyla kamu otoriteleri, bilişim teknolojileri başta olmak üzere tüm kitle iletişim araçlarını etkin biçimde kullanmışlardır. Bu yolla toplumun virüsün kaynağı, yayılması, hastaların tedavisi, aşı ve aşılama vb. ilişkin olarak alan uzmanlarınca yanlış olduğu kabul edilen bilgi ve inançlara yönlenmesini engellemeye çalışmışlardır. Bireylerin salt fiziksel aktivitelerini değil, aynı zamanda zihni ve duygusal süreçlerini de onların iyiliği için, onların rızalarını almaksızın sevk ve idare etmeye yönelik bu politika ilgili



yazında epistemik paternalizm kavramsallaştırması ile karşılanmakta ve tartışılmaktadır. Bu sunumda, pandemi boyunca kamu otoritelerinin epistemik paternalizm bağlamındaki uygulamaları örneklendirilecek ve konu eleştirel bir perspektiften tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, Dezenformasyon, Epistemik Paternalizm, Pandemi, Paternalizm.



LOOKING AT THE COVID-19 PANDEMIC IN CONTEXT OF EPISTEMIC PATERNALISM:THE CHALLENGE OF PUBLIC AUTHORITY WITH DISINFORMATION

Halil KANADIKIRIK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7215-1073

ABSTRACT

In summary, paternalism is the legitimate acceptance of a person or group's intervention in behavior preferences of their subordinates, without seeking the explicit consent of them, in order to ensure the well-being of them or to protect them from an evil. Paternalistic behavior is studied under various branches and concepts in social sciences. While paternalism has been the subject of much research in the fields of economics, business, medicine and education, it is a less studied subject in political science and public administration. However, the COVID-19 pandemic has shown that even states with liberal democratic political systems can engage in paternalistic interventions in their relations with their people, which could not be considered in ordinary times. The issue, which is often handled with the theme of the strong return of nation states in political literature, is precisely the fact that the paternalist protectionism of public authorities towards all segments of society has been met with such a social acceptance. Curfews and travel restrictions; the closure of many places to physical access, such as workplace, educational institutions, religious institutions, etc.; obligation to wear masks; practices such as transferring financial resources to groups negatively affected by the epidemic are examples of the strongest forms of paternalism. During the coronavirus pandemic, the most paternalistically intervened areas by public authorities are the cognitive, emotional and moral states of individuals. Various measures have been practiced by the World Health Organization and national governments to determine exactly this cognitive, emotional and moral state, namely the epistemic area, in order to control the disinformation that has spread all over the world as rapidly as the virus since the beginning of the pandemic. In order to control disinformation, public authorities have effectively used all mass media, especially information technologies. In this way, they tried to prevent the society from directing the information and beliefs about the source of the virus, its spread, the treatment of patients, vaccines and vaccination, etc. which are accepted as wrong by the field experts. This policy, which aims to manage not only the physical



activities of individuals, but also their mental and emotional processes for their well-being, without their consent, is met and discussed in the related literature with the conceptualization of epistemic paternalism. In this presentation, the practices of public authorities in the context of epistemic paternalism during the pandemic will be exemplified and the subject will be discussed from a critical perspective.

Keywords: COVID-19, Disinformation, Epistemic Paternalism, Pandemic, Paternalism



KRİPTOPARA VE SİBER GÜVENLİK İLE İLGİLİ YAYINLANAN MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Ayşegül KURTULGAN

Çağ Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8066-6034

Gözde ELBİR MERMER

Çağ Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6463-9319

ÖZET

Kripto paralar 2008 senesinde duyurulan ve 2009 senesi itibariyle aktif olan merkezi olmayan dijital paralardır. İlk kripto para olan Bitcoin, yapılan işlemleri, birbirine bağlı bilgisayarlar üzerinde blok zinciri yapısında tutan sisteme sahiptir. Son dönemlerde hemen herkesin her gün konuştuğu bir sistem haline almıştır. Böylece hızla gelişen kripto para ve blok zincir teknolojileri ile yeni güvenlik kavramları da ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada kripto paraların alt yapısı ve siber güvenlik önlemleri konusunda yapılan araştırmalar incelenmiştir. Bu amaçla kripto paralar ve siber güvenlik alanındaki çalışmalar, Web of Science ve Scopus verileri ile bibliyometrik analiz ışığında incelenmiştir. İnceleme neticesinde Web of Science’de “kripto para (cryptocurrency)” ve “siber güvenlik (cyber security)” anahtar kelimeler yazılarak bakıldığında 26 makale tespit edilmiştir. Yıllara göre makalelerin yayın adetleri 2022 ve 2018 yıllarında 1, 2019 yılında 8, 2020 yılında 7, 2021 yılında 9 olmak üzere toplam 26 adettir. Ülkeler bazında incelendiğinde ise ilk 5 ülkede sırasıyla Hindistan’da 2, Suudi Arabistan’da 3, Rusya’da 3, İtalya’da 3 ve ABD’de 6 makale mevcuttur. Scopus’ta yayınlanan 31 makaleye ulaşılmıştır. Ülkelere göre dağılımda ilk 5 ülke, ABD’de 9, Hindistan’da 4, Suudi Arabistan’da 3, Birleşik Arap Emirlikleri’nde 3, Çin’de 2 adettir. Yıllara göre 2018 yılında 2, 2019 ve 2020 yıllarında 8, 2021 yılında 9, 2022 yılında 4 adettir. Yapılan bu araştırmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kripto para, Siber güvenlik, Bibliyometrik analiz



BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE ARTICLES PUBLISHED ON CRYPTO-CURRENCY AND CYBER SECURITY

Ayşegül KURTULGAN

Çağ Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8066-6034

Gözde ELBİR MERMER

Çağ Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6463-9319

ABSTRACT

Crypto coins are decentralized digital currencies announced in 2008 and active as of 2009. Bitcoin, the first crypto currency, has a system that keeps transactions made on interconnected computers in a blockchain structure. Recently, it has become a system that almost everyone talks about every day. As a result, with the rapid development of blockchain and crypto currency technology, new security concepts have also developed. In this study, the research on the infrastructure of crypto currencies and cyber security measures has been examined. As a result, with the rapid development of blockchain and crypto currency technology, new security concepts have also developed. Following the review, 26 papers were identified on the Web of Science using the keywords “crypto-currency” and “cyber security”. The number of publications of articles by year is 26, including 1 article in 2022 and 2018, 8 articles in 2019, 7 articles in 2020, and 9 articles in 2021. When examined on a country-by-country basis, there are 2 articles in India, 3 articles in Saudi Arabia, 3 articles in Russia, 3 articles in Italy, and 6 articles in the United States respectively in the top 5 countries. 31 articles published in Scopus have been reached. The top 5 countries in the distribution by country are 9 in the USA, 4 in India, 3 in Saudi Arabia, 3 in the United Arab Emirates, 2 in China. According to the years, there are 2 units in 2018, 8 in 2019 and 2020, 9 in 2021 and 4 in 2022. It is expected that this research will contribute to the literature.

Keywords: Crypto-currency, Cyber security, Bibliometric Analysis



BITCOIN, ETHEREUM, AND BNB: A VECTOR AUTOREGRESSION ANALYSIS ON CRYPTOCURRENCIES

Esin DEMİREL

Işık Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4257-6780

ABSTRACT

There have been significant developments in cryptocurrencies, also called digital money, especially in recent years. Cryptocurrencies have begun to attract the attention of investors and have become a new financial investment tool as an alternative to traditional investment tools. Today, Bitcoin, Ethereum, and BNB are among the cryptocurrencies with the highest market value, among the digital currencies that take place as financial assets in the real economy. In this direction, the aim of this study is to examine the short-term and long-term relationship between Bitcoin, Ethereum, and BNB, which are the cryptocurrencies with the highest market value, with daily data for the period 07/16/2021-06/12/2022. According to the results of Augmented Dickey-Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP), and Kwiatkowski-Phillips-Shin (KPSS) unit root tests performed in this direction, the variables were found to be stationary at their first difference. According to the Johansen cointegration test, no long-term relationship was found between Bitcoin, Ethereum, and BNB cryptocurrencies. As a result of the Granger causality test, it was seen that BNB was the Granger cause of Bitcoin and Ethereum. As a result of the impulse-response analysis made within the scope of Vector Autoregression analysis, it was seen that Bitcoin gave a much higher response to the ± 1 standard deviation shock experienced in BNB compared to the ± 1 standard deviation shock experienced in Ethereum in the first period. As a result of the variance decomposition analysis, it was seen that approximately 50% of the changes in the error variance of Bitcoin and Ethereum were explained by the lags of BNB for 9 periods. It has been concluded that investors who will make short-term investments with cryptocurrencies should invest by considering the relationship of these digital currencies with each other, otherwise the risk will be high.

Keywords: Cryptocurrency, Vector Autoregression, Cointegration Test, Causality Analysis, Unit Root Test.



BITCOIN, ETHEREUM VE BNB: KRİPTOPARALAR ÜZERİNE BİR VEKTÖR OTOREGRESYON ANALİZİ

Esin DEMİREL

Işık Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4257-6780

ÖZET

Dijital para olarak da adlandırılan kriptoparalarda özellikle son yıllarda önemli gelişmeler yaşanmıştır. Kriptoparalar yatırımcıların ilgisini çekmeye başlamış ve geleneksel yatırım araçlarına seçenek olarak yeni bir finansal yatırım aracı haline gelmiştir. Günümüzde reel ekonomide finansal varlık olarak yer alan dijital paralardan Bitcoin, Ethereum ve BNB piyasa değeri en yüksek kriptoparalar içerisinde yer almaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, piyasa değeri en yüksek kriptoparalardan Bitcoin, Ethereum ve BNB arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiyi 16/07/2021-12/06/2022 dönemi için günlük veriler ile incelemektir. Bu doğrultuda yapılan Augmented Dickey-Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP) ve Kwiatkowski-Phillips-Shin (KPSS) birim kök testleri sonuçlarına göre değişkenler birinci farklarında durağan olarak bulunmuştur. Johansen eştümleşme testine göre Bitcoin, Ethereum ve BNB kriptoparalar arasında uzun dönemli bir ilişkiye rastlanmamıştır. Granger nedensellik testi sonucunda BNB'nin, Bitcoin ve Ethereum'un Granger nedeni olduğu görülmüştür. Vektör Otoresyion analizi kapsamında yapılan etki-tepki analizi sonucunda Bitcoin'in, BNB'de yaşanan ± 1 standart sapmalık şoka, Ethereum'da yaşanan ± 1 standart sapmalık şoka göre ilk dönem çok daha yüksek tepki verdiği görülmüştür. Varyans ayrıştırma analizi sonucunda ise Bitcoin ve Ethereum'un hata varyansında meydana gelen değişimlerin yaklaşık %50'sinin 9 dönem boyunca BNB'nin gecikmeleriyle açıklandığı görülmüştür. Kriptoparalar ile kısa dönemli yatırım yapacak olan yatırımcıların bu dijital paraların birbirleri ile olan ilişkisini dikkate alarak yatırım yapmaları gerektiği, aksi takdirde riskin yüksek olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kriptopara, Vektör Otoresyion, Eştümleşme Testi, Nedensellik Analizi, Birim Kök Testi



SIYASİ VE EKONOMİK GELİŞMELERİN BİST YATIRIMCISINA ETKİSİ

Abdulmuttalip PİLATİN

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2293-2808

ÖZET

Ülkelerin finansal ve ekonomik gelişmişlik seviyelerinin önemli belirleyicilerinden birisi de sistematik riskler arasında yer alan politik ve ekonomik faktörlerdir. Politik ve ekonomik gelişmelerin, finansal işleyiş üzerinde doğrudan etkilerinin olmasının yanı sıra haberler, yasal kurumlar, açıklamalar, ticari ve finansal dışı açıklık ile finansal özgürlük gibi belirleyiciler üzerinden dolaylı etkileri de ortaya çıkabilir. Bu çalışmanın amacı siyasi ve ekonomik gelişmelerin BİST yatırımcılarının yatırım kararları üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Çalışma veri seti Investing, MyNet Borsa, TredingView, Twitter ve bloklar üzerinden online olarak yapılan anketlerden elde edilmiştir. Ankete katılan tüm yatırımcılar aktif BİST yatırımcıları arasından seçilmiştir. Çalışmada siyasi ve ekonomik kararların yatırımcı kararlarına etkisi literatürdeki çalışmalardan faydalanılarak üretilen ölçek ve geliştirilen yapısal eşitlik modeli ve oluşturulan hipotezler ile test edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, seçim ve başkanlık tartışmaları, ekonomik ve siyasi açıklamalar ile yatırım tavsiyesi değişkenlerinin yatırımcıların yatırım kararları üzerinde etkili olduğu belirlenirken öz yeterlilik, borsanın durumu değişkenlerinin etkili olmadığı belirlenmiştir. Yatırımcıların hisse senedi yatırımları üzerinde bu üç değişkenin anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yatırım, BİST, Borsa, Seçim, Politik Risk



THE EFFECT OF POLITICAL AND ECONOMIC DEVELOPMENTS ON BIST INVESTORS

Abdulmuttalip PİLATİN

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2293-2808

ABSTRACT

One of the important determinants of the financial and economic development levels of countries is the political and economic factors, which are among the systematic risks. In addition to the direct effects of political and economic developments on financial functioning, they may also have indirect effects through determinants such as news, legal institutions, disclosures, commercial and financial openness and financial freedom. The aim of this study is to reveal the impact of political and economic developments on the investment decisions of BIST investors. The study data set was obtained from online surveys on Investing, MyNet Borsa, TredingView, Twitter and blocks. All investors participating in the survey were selected among active BIST investors. In the study, the effect of political and economic decisions on investor decisions was tested with the scale produced by using the studies in the literature, the structural equation model developed and the hypotheses created. According to the results of the study, it was determined that the variables of election and presidential debates, economic and political statements and investment advice were effective on the investment decisions of the investors, while the variables of self-efficacy and the stock market were not. It has been concluded that these three variables have a significant effect on investors' stock investments.

Keywords: Investment, BIST, Stock Exchange, Election, Political Risk



SİGORTACILIK SEKTÖRÜNDE DİJİTALLEŞME VE INSURTECH KAVRAMI

Veli SİPAHİ

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-6958-5604

Batuhan MEDETOĞLU

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-8400-1232

ÖZET

Sigortacılık; birbirine benzeyen muhtelif risklere karşı, sigortacılık işini meslek edinen kişi ile kurumlar tarafından, belirli bir prim karşılığında sigortalının risklerinin tamamının ya da bir kısmının üstlenildiği sisteme verilen isimdir. Sigortacılık, birey ya da kurumların hayatı ve hayatı dışında karşılaşacağı risk olarak adlandırılan tehlikelere karşı güvence sağlamakta ve bu risklerin maddi hasarlarından kişi ya da kurumları korumaktadır. Sigortacılık sektörü; emniyet ve öngörülebilirlik sağlama, kredi teminine destek olma, tasarruf sağlama, uluslararası ilişkileri geliştirme, finansal istikrar sağlama, etkin risk yönetimi sağlama, finansal sistemin etkinliğini artırma gibi işlemlere sahiptir. Sigortacılık sektöründe güvence altına alınan riskler; yangın, sel, kaza, hayat, sağlık, nakliyat, trafik gibi branşlardan oluşmaktadır. Sigortacılık, belirli kural ve prosedürler ile birtakım prensiplere sahiptir. Sigortacılık faaliyet konuları ve esasları 5684 nolu Sigortacılık Kanununda yer almaktadır. Sigortacılığın prensipleri; azami iyi niyet, tazminat, halefiyet ve rücu, sigortalanabilir menfaat, yakın sebep ve hasara katılım şeklinde sıralanmaktadır. Sigortacılık faaliyetinde risk devri gerçekleştirilirken poliçe ismi verilen sözleşme ile işlem gerçekleştirilmektedir. Poliçede yer alan nicel bilgiler ise sigortacılık meslek erbabı aktüerler ve kurumlar tarafından belirlenerek kullanıcılara uygulanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, sigortacılık sektöründe yer alan dijital uygulamalar ile yapay zekânın sektöre etkisini gösterebilmektir. Insurtech adı verilen ve sigorta sektöründe teknoloji ile meydana gelen gelişmeleri yansıtan kavram açıklanmıştır. Çalışmada dijitalleşmenin sağladığı avantajlar ve dezavantajlar gösterilmiştir. Günümüzde teknolojik altyapı ile sektöre sağlanan imkânlar anlatılmıştır. Çalışma sonucunda ise teknoloji ile dijitalleşmenin sektöre etkileri ile Insurtech kavramı değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sigortacılık, Dijitalleşme, Insurtech, Yapay Zekâ, Teknoloji



DIGITALIZATION AND INSURTECH CONCEPT IN THE INSURANCE INDUSTRY

Veli SİPAHI

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6958-5604

Batuhan MEDETOĞLU

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8400-1232

ABSTRACT

Insurance; It is the name given to the system in which all or some of the risks of the insured are undertaken by individuals and institutions, who take up the insurance business as a profession, against various risks that are similar to each other, in return for a certain premium. Insurance provides assurance against the risks that individuals or institutions will encounter in their life and outside of their life, and protects individuals or institutions from the material damages of these risks. Insurance sector; It has functions such as providing safety and predictability, supporting credit supply, saving money, developing international relations, providing financial stability, providing effective risk management, and increasing the efficiency of the financial system. Risks secured in the insurance sector; It consists of branches such as fire, flood, accident, life, health, transportation and traffic. Insurance has certain rules and procedures and some principles. Insurance activity subjects and principles are included in the Insurance Law No. 5684. Principles of insurance; are listed as maximum goodwill, indemnity, succession and recourse, insurable interest, proximate cause and participation in damage. While transferring risk in insurance activity, the transaction is carried out with a contract called policy. Quantitative information in the policy is determined by insurance professionals and institutions and applied to users. The aim of this study is to show the effect of artificial intelligence on the sector with digital applications in the insurance sector. The concept called Insurtech, which reflects the developments in technology in the insurance industry, has been explained. The advantages and disadvantages of digitalization are shown in the study. Today, the technological infrastructure and the opportunities provided to the sector are explained. As a result of the study, the effects of technology and digitalization on the sector and the concept of Insurtech were evaluated.

Keywords: Insurance, Digitalization, Insurtech, Artificial Intelligence, Technology



DÖVİZ KURU RİSKİNİN RİSKE MARUZ DEĞER MODELİ İLE HESAPLANMASI: TARİHSEL SİMİLASYON YAKLAŞIMI ÖRNEĞİ

Mercan HATİPOĞLU

Çankırı Karatekin Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-3307-5458

ÖZET

Döviz kurları uluslararası ticarete ülkelerin rekabet gücünü belirleyen faktörlerden biridir. Bununla beraber, günümüz finans dünyasında döviz kurunun kendisi de yatırımın konusu haline gelmiştir. Öyle ki, dövizden getiri elde etmek amacıyla günlük olarak gerçekleşen işlem hacmi reel ticaretten çok fazla yüksektir. Bu nedenle finansal yatırım aracı olan döviz kurlarının riskini ölçmek yatırımcılar için önem arz etmektedir. Bu kısa çalışmada, dünyada öncü gösterge niteliğindeki döviz kurlarının; Brezilya Reali, Güney Afrika Randı, Japon Yeni, Meksika Pesosu, İsviçre Frangı, İngiliz Sterlini, Euro, Malezya Ringiti, Güney Kore Wonu, Hindistan Rupisi, Tayland Bahtı ve Çin Yuanın ABD doları karşısındaki pariteleri esas alınarak riskleri hesaplanmıştır. Araştırmadaki veriler haftalık frekansta olup, 13/07/2012 ile 08/07/2022 dönemi arasını kapsamakta ve toplamda 522 gözlemden oluşmaktadır. Döviz kurlarının riskleri hesaplanırken Riske Maruz Değer yönteminden yararlanılmıştır. Güven Aralığı %99 olarak tercih edilmiş ve 100 günlük süre içerisinde döviz kurunun maksimum kayıp miktarı % olarak hesaplanmıştır. Çalışmanın bulguları en riskli döviz kurunun Brezilya reali olduğuna işaret ederken, riski en az olan para birimi Yuan olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: RMD, Döviz Ruru, Risk



MEASURING EXCHANGE RATE RISK WITH VALUE AT RISK MODEL: EVIDENCE FROM HISTORICAL SIMULATION APPROACH

Mercan HATIPOĞLU

Çankırı Karatekin Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-3307-5458

ABSTRACT

Exchange rates are the leading factors that determine the competitiveness of countries in international trade. However, in terms of financial system, the exchange rate itself has become the subject of investment. In fact, the daily trading volume for gaining return on foreign currency is much higher than the real trade transaction. For this reason, it is important for investors to measure the risk of exchange rates. In the short study, financial risks of Brazilian Real, South African Rand, Japanese Yen, Mexican Peso, Swiss Franc, British Pound, Euro, Malaysian Ringgit, South Korean Won, Indian Rupee, Thai Baht and Chinese Yuan against the US Dollar are calculated. The data in the research is at a weekly frequency, covers the period between 13/07/2012 and 08/07/2022 and consists of a total of 522 observations. Value at Risk method was employed in calculating the risks of exchange rates. Confidence Interval was chosen as 99% and the maximum loss amount of the exchange rate within 100 days was calculated as a percentage. The findings of the paper show that the most risky exchange rate is the Brazilian real, while the least risky is the Yuan.

Keywords: VaR, Foreign Exchange, Risk



ICT, FINANCIAL DEVELOPMENT AND SUSTAINABLE TOURISM IN GHANA

Alhassan MUSAH

University For Development Studies

ORC-ID: 0000-0002-4416-6526

Ibrahim Nandom YAKUBU

Kasnand Research And Consulting Limited

ORC-ID: 0000-0003-4424-996X

Abdul-Fatawu SHAIBU

University For Development Studies

ORC-ID: 0000-0003-4424-996X

ABSTRACT

This study examines the impact of information and communications technology (ICT) and financial development on tourism development in Ghana over the period 1995Q1-2020Q4. We measure tourism development by international tourist arrivals and tourism receipts. Employing the Autoregressive Distributed Lag (ARDL) estimation technique, our findings reveal that ICT exerts a positive significant impact on tourism development in both long- and short-term periods. We find that financial development has a negative significant effect on tourism development in the long-run. However, financial development significantly increases tourism revenue in the short-term. The results further reveal a significant positive relationship between infrastructure development and tourism receipts in the long-run. Among others, we recommend that ICT trends must be closely monitored by policymakers and other key players in the tourism sector to improve operational efficiency and boost tourism revenue.

Keywords: ICT, Financial Development, Tourism Development, Ghana, ARDL



İKLİM POLİTİKALARINDAKİ BELİRSİZLİKLER FİNANSAL PİYASALARDA KORKUYA NEDEN OLUYORMU?

Nisa ALPARSLAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2281-6329

Saffet AKDAĞ

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9576-6786

ÖZET

Küresel ısınma ile birlikte çevresel sorunlara neden olan iklim değişiklikleri ekonomi ve finans çevrelerini de dolaylı yünden etkilemektedir. Nitekim iklim değişikliklerinin neden olduğu felaketler her geçen gün artmakta olup ciddi boyutlara varan maddi kayıpların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Oluşan bu maddi kayıplar kamu otoritelerinin çevre ve iklim politikası üretmelerini zorunlu kılmaktadır. Piyasa yapıcılarda üretilen ya da üretilecek olan bu politikaları yakından takip etmek durumundadır. Özellikle iklim değişikliğe neden olan faktörlerin minimize edilmesine yönelik geliştirilen ekonomik ve sosyal politikalar yatırımcılarında kararları üzerinde etkili olabilmektedir. Ayrıca çevre duyarlılığının artması yatırımcıların yatırım kararlarında bu faktöründe belirleyici bir faktör olarak ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada da Gavriilidis (2021) çalışmasında ABD için geliştirilen iklim politikaları belirsizlik endeksi (CPU) ile finansal piyasalar için bir korku endeksi olarak ifade edilen VIX arasındaki nedensellik ilişkisinin test edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla ilgili endekslerin Ocak 2000 ile Aralık 2021 tarihleri arasındaki aylık frekanstaki verileri kullanılmıştır. Çalışmada öncelikle bir nedensellik ilişkisi olup olmadığı Granger nedensellik testi ile test edilmiş daha sonra ise bu nedenselliğin kalıcı yoksa geçici mi olduğunu test etmek için Brighton ve Candelon frekans nedensellik analizi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda İklim politikalarındaki belirsizlikler ile VIX korku endeksi arasında bir nedensellik ilişkisinin var olduğu ve bu nedensellik ilişkisinin geçici olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Frekans Nedensellik, İklim Değişikliği, VIX



DO THE UNCERTAINTY IN CLIMATE POLICIES CAUSE FEAR IN FINANCIAL MARKETS?

Nisa ALPARSLAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2281-6329

Saffet AKDAĞ

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9576-6786

ABSTRACT

Climate changes, which cause environmental problems together with global warming, also indirectly affect the economy and finance circles. The disasters caused by climate change are increasing day by day and cause severe financial losses. These financial losses require public authorities to produce environmental and climate policies. Market makers have to closely follow these policies that are created or will be produced. In particular, economic and social policies developed to minimize the factors that cause climate change can be effective in the decisions of investors. In addition, the increase in environmental awareness causes investors to emerging as a determining factor in this factor in their investment decisions. This study aims to test the causality relationship between the climate policy uncertainty index (CPU) developed for the USA in the study of Gavriilidis (2021) and VIX, which is also expressed as a fear index for financial markets. For this purpose, the monthly frequency data of the relevant indices between January 2000 and December 2021 were used. In the study, whether there is a causality relationship was tested with the Granger causality test, and then Brighton and Candelon frequency causality analysis was used to test whether this causality is permanent or temporary. As a result of the study, it has been determined that there is a causal relationship between the uncertainties in climate policies and the VIX fear index, and this causality relationship is temporary.

Keywords: Frequency causality, Climate changes, VIX



BANKA KARTI VE KREDİ KARTI KULLANICILARININ COVID-19 SÜRECİNDE ÖDEME VE ALIŞVERİŞ DAVRANIŞLARINDAKİ DEĞİŞİMLER

Mustafa BEYBUR

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0538-7155

ÖZET

Covid-19 pandemisi nedeniyle uygulanan önlemler, tüketici alışkanlıklarında ve davranışlarında değişikliklere yol açmıştır. Pandemi sürecinde tüketici ihtiyaçlarının büyük bir bölümü dijital platformlar üzerinden hizmet sunan işletmeler tarafından karşılanmıştır, bu nedenle ödemelerde banka kartı ve kredi kartı kullanımı artmıştır. Ayrıca pandeminin yayılım hızını azaltma adına alınan önlemler bir yandan banka kartları ve kredi kartlarının fiziki olarak kullanımını azaltırken diğer yandan temassız ödeme sistemlerinin kullanımını arttırmıştır. Pandeminin ödemelerde kart kullanımı üzerindeki etkisinin araştırılması bankacılık sektörünün dijital bankacılık ürün/hizmetlerine yönelik alacağı kararlar açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı pandemi öncesi ve pandemi sürecinde banka kartı ve kredi kartı kullanıcılarının ödeme ve alışveriş davranışlarındaki değişimleri banka kartı ve kredi kartı kullanım verileri ile analiz etmektir. Bu amaçla kartlı ödeme endeksi, internet/mektup/telefon yoluyla yapılan ödeme tutarları ve adetlerine ait veriler pandemi öncesi ve pandemi süreci olmak üzere iki ayrı döneme ayrılmış ve eşleştirilmiş örneklem t-testi ile analiz edilmiştir. Ayrıca yerli kartların temassız kullanımına dair verilerde meydana gelen değişimler dönemsel olarak incelenmiştir. Eşleştirilmiş örneklem t-testinde, pandemi sürecinde meydana gelen farklılaşmanın analize dahil edilen tüm değişkenlerde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Pandemi sürecinde pandemi öncesi döneme göre internet/mektup/telefon yoluyla yapılan ödeme tutarı ortalamasının %8,42 oranında yükseldiği, internet/mektup/telefon yoluyla yapılan ödeme adedi ortalamasının %6,32 oranında yükseldiği ve kartlı ödeme endeksi ortalamasının %26,57 oranında yükseldiği tespit edilmiştir. Ayrıca yerli kartların temassız kullanımının da pandemi sürecinde hızla yükseldiği gözlenmiştir. Bankacılık sektörünün ödeme sistemlerindeki dijital yenilikler uzun bir süredir uygulanıyor olsa da pandemi sürecinde kullanım düzeylerindeki hızlı artış nedeniyle pandeminin bu yeniliklerin kullanıcılar tarafından benimsenmesi için bir katalizör görevi gördüğü söylenebilir. Buna rağmen banka kartı ve kredi kartı ile yapılan toplam



işlem adedinin sadece %44'ünün temassız olarak gerçekleştirildiği gözlenmektedir. Pandemi sürecinin banka kartı ve kredi kartı kullanım alışkanlıklarında meydana getirdiği değişikliğin teknoloji kullanımının sürdürülebilirliği açısından bankacılık sektörü tarafından iyi değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu nedenle bankacılık sektörüne ödeme sistemlerindeki dijital yeniliklerin kullanımını özendirerek bilgilendirme ve bilinçlendirme faaliyetlerini arttırmaları önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital bankacılık, Tüketici Davranışı, Covid-19, Temassız ödeme



CHANGES IN PAYMENT AND SHOPPING BEHAVIORS OF DEBIT CARD AND CREDIT CARD USERS DURING THE COVID-19 PROCESS

Mustafa BEYBUR

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0538-7155

ABSTRACT

The measures implemented due to the Covid-19 pandemic have led to changes in consumer habits and behaviors. During the pandemic process, most of the consumer needs have been met by businesses that provide services through digital platforms, so the use of debit and credit cards in payments has increased. In addition, the measures taken to reduce the spread of the pandemic have reduced the physical use of debit cards and credit cards on the one hand, and have increased the use of contactless payment systems, on the other. Investigating the effect of the pandemic on the use of cards in payments is important in terms of the decisions to be taken by the banking sector regarding digital banking products/services. The aim of this study is to analyze the changes in payment and shopping behaviors of debit and credit card users before and during the pandemic with debit and credit card usage data. For this purpose, data on the credit card payment index, the amount and number of payments made via internet/letter/phone were divided into two separate periods, pre-pandemic and pandemic period, and analyzed by the paired sample t-test. In addition, the changes in the data on the contactless use of domestic cards have examined periodically. In paired sample t-test, it has been determined that the differentiation that occurred during the pandemic process was significant in all the variables included in the analysis. During the pandemic process, it has been determined that the average payment amount made via internet/letter/phone increased by 8.42%, the average number of payments made via internet/letter/phone increased by 6.32% and the average of card payment index increased by 26.57% compared to the pre-pandemic period. In addition, it has been observed that the contactless use of domestic cards has increased rapidly during the pandemic process. Although digital innovations in banking sector's payment systems have been implemented for a long time, it can be said that the pandemic acts as a catalyst for the adoption of these innovations by users due to the rapid increase in usage levels during the pandemic process. Despite this, it is observed that only 44% of the total number of transactions made with debit and credit cards are made contactless. It is thought that the change caused by the pandemic



process in debit and credit card usage habits should be well evaluated by the banking sector in terms of the sustainability of technology use. For this reason, it is recommended to the banking sector increase information and awareness activities that will encourage the use of digital innovations in payment systems.

Keywords: Digital banking, Consumer behavior, Covid-19, Contactless payment



CDS PRİMLERİ İLE BIST SEKTÖR ENDEKSLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Gülsüm KIZILTOPRAK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9451-2936

Kemal EYÜBOĞLU

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2108-9732

ÖZET

Finansal piyasa enstrümanları, piyasa aktörlerinin yatırımlarını finanse etmek için fon akımlarının transferini sağlamaktadır. Bu araçlar arasında future, opsiyon, forward ve swap sözleşmeleri yaparak kredi risklerini bir taraftan diğerine transfer eden kredi türevleri bulunmaktadır. Türev ürünlerden sıklıkla kullanılanı, kredinin ödenmesini teşvik etme ve karşılığında prim getirisi sağlamayı taahhüt eden Kredi Temerrüt Takasları (CDS) sözleşmeleridir. Bu sözleşmeler ile bir taraf belli bir ücret ile riske karşı koruma satın alırken diğeri prim ödemeleri karşılığında aynı riski üstlenir. Ülke risk durumlarını ortaya koymada bir gösterge olarak kabul edilen Kredi Temerrüt Takasları (CDS), yatırımcı kararlarına yön veren bir unsur hâline gelmiştir. Yatırımcıların risk algılarının yansımalarının en çok hissedildiği alanlar menkul kıymet borsalarıdır. Bu amaçla çalışmada 2010: 03-2020: 12 dönemi için aylık veriler kullanılarak Türkiye'ye ait CDS primleri ile XU100, XUMAL, XUSIN, XUHIZ ve XUTEK Endeksleri arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişki incelenmiştir. Çalışmada zaman serileri arasındaki uzun dönemli ilişki Bayer ve Hanck (2013) ve Fourier ADL (2017) eşbütünleşme testleriyle araştırılmıştır. Eşbütünleşme testi sonuçları endeksler ile CDS arasında uzun dönemde eşbütünleşme olmadığını göstermiştir. Ardından seriler arasındaki nedensellik ilişkisi Hacker ve Hatemi-J (2006) Bootstrap nedensellik testi ile incelenmiştir. Nedensellik testi sonucunda CDS' ten XU100, XUMAL ve XUSIN endekslerine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilirken, 5 endeksten CDS' e doğru bir nedensellik bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Kredi Temerrüt Takası, Bayer ve Hanck eşbütünleşme, Fourier ADL eşbütünleşme, Hacker ve Hatemi-J Bootstrap nedensellik testi, Borsa İstanbul



THE RELATIONSHIP BETWEEN CDS AND BIST SECTOR INDEXES

Gülsüm KIZILTOPRAK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9451-2936

Kemal EYÜBOĞLU

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2108-9732

ABSTRACT

Financial instruments provide the transfer of fund flows to finance the investments of market actors. Among these instruments are credit derivatives that transfer credit risks from one party to another by making future, option, forward and swap contracts. The most frequently used derivative products are the Credit Default Swap (CDS) contracts, which undertake to encourage the payment of the loan and provide a premium return in return. With these contracts, one party buys protection against risk with a certain fee, while the other assumes the same risk in exchange for premium payments. Credit default swaps (CDS), which are considered to be indicators of country risk situations, have become a guiding factor in investor decisions. The areas where the repercussions of investors' perceptions of risk are most felt are the securities exchanges. For this purpose, the long-and short - term relationship between CDS premiums and BIST - 100, BIST - Financial, BIST - Industrial, BIST-Services and BIST-Technology indices for the period 2008: 01-2019: 12 was examined using monthly data. In the study, the long-term relationship between time series was investigated by Bayer and Hanck (2013) and Fourier ADL (2017) cointegration tests. Cointegration test results showed that there is no cointegration between indices and CDS in the long-term. Then the causality relationship between the series was examined with Hacker and Hatemi-J (2006) Bootstrap causality test. As a result of the causality test, a causality relationship was found from CDS to BIST-100, XUMAL, and XUSIN, while no causality was found from 5 indices to CDS.

Keywords: Credit Default Swaps, Bayer and Hack (2013) cointegration, Fourier ADL (2017), Hacker and Hatemi- J (2006) Bootstrap Causality Test, Borsa Istanbul.



FİNTEKLER İLE ÖDEME SİSTEMLERİNE YENİ BİR BAKIŞ

Ayyüce YALIN MERSİNPINAR

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5957-6176

Serkan ŞAHİN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1927-1092

ÖZET

Dijitalleşme ile birlikte hızlı bir artış kaydeden ticari işlemlerdeki artış, çeşitlilik ve ticari hayatın dinamiklerindeki değişimler, ödeme işlemlerinde hacimsel artışlara sebep olarak ödeme sistemlerinin değişip gelişme ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Geleneksel ödeme sistemleri, yavaş, hataya açık, pahalı, ödeme yapan ve ödeme alan kullanıcılar için zaman alıcı olmasının yanı sıra sınır ötesi ödeme araçlarının nasıl kurulacağı ve nasıl kullanılacağı gibi süreçlerin öğrenilmesindeki zorlukları da içermektedir. Söz konusu zorlukların yanı sıra, banka ve banka dışı ödeme kuruluşu müşterilerinin teknolojiyle beraber farklılaşan ihtiyaçları ve tercihleri de geleneksel ödeme sistemlerini zorlamaktadır. Dolayısı ile küresel ödeme zorlukları sadece hacim artışı kaynaklı değil ekonomik, sosyal ve teknik faktörlerdeki değişime bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzde bireyler artan oranda farklı ülke ve bölgelerden mal ve hizmet alımı gerçekleştirirken küçük yada büyük işletme farketmeksizin otomatik siparişler ve otomatik tedarik zincir ağları içinde alışverişlerini gerçekleştirmektedirler. Bu eğilim ödeme sistemlerinin dönüşümünü gün geçtikçe artan oranda hızlandırmaktadır. Bu çalışmada küresel çapta gerçekleşen bu değişimlere ödemeler sisteminin nasıl adapte edildiği ve gelişen finansal teknolojiyle birlikte ortaya çıkan FinTek şirketlerinin ödeme sistemlerini nasıl değiştirdiği ve geliştirdiği uygulama örnekleriyle incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: FinTek'ler, Ödeme Sistemleri, Sınır Ötesi ödemeler, Yeni Nesil Ödeme Sistemleri.



A NEW PERSPECTIVE TO PAYMENT SYSTEMS WITH FINTECHS

Ayyüce YALIN MERSİNPINAR

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5957-6176

Serkan ŞAHİN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1927-1092

ABSTRACT

The growth and diversity in commercial transactions, which have increased rapidly along with digitalization, as well as the changes in commercial life dynamics, have led to volume increases in payment transactions, revealing the need for payment systems to change and develop. Conventional payment systems are slow, error-prone, expensive and time-consuming for users who pay and receive payments, and also involve difficulties in learning processes such as how to set up and use cross-border payment instruments. In addition to these difficulties, the changing demands and preferences of banks and non-bank payment institutions' customers due to the technology are also challenging conventional payment systems. Therefore, global payment difficulties arise not only due to volume growth, but also due to changes in economic, social and technical factors. Whether they are small or large businesses, individuals are now purchasing services and goods from different countries and regions, they are shopping in automated orders and automated supply chain networks. This trend is increasingly accelerating the transformation of payment systems. In this study we have examined how the payment systems has adapted to these global changes and how FinTech companies that emerged with developing technologies have changed and improved payment systems.

Keywords: FinTechs, Payment Systems, Cross-border Payment, Next Generation Payment Systems.



YAPAY ZEKA, MAKİNE ÖĞRENMESİ VE DERİN ÖĞRENMENİN FİNANSAL SİSTEM ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Serkan ŞAHİN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1927-1092

ÖZET

Tüm dünyayı etkisi altına alan dijitalleşme ve dijital dönüşüm süreçlerinin etkilediği sektörlerin başında finans sektörü gelmektedir. Finansal olmayan işletmelerde olduğu gibi finansal kurumlar ve işletmeler de dijitalleşme ve dijital dönüşüm süreçlerini önemsemektedirler. Geçmişte finansal sistem içerisinde birbirleri ile rekabet eden geleneksel finansal kurumlar günümüzde yeni rakipler ile karşı karşıya gelmektedirler. Söz konusu yeni rakipler, daha düşük hata oranları, daha düşük maliyet ve daha hızlı bir şekilde finansal süreçleri sürdürebilen Finansal Teknoloji firmalarıdır. Söz konusu yenilikçi firmalar finans alanındaki bilgi birikimlerinden çok teknoloji alanındaki deneyim, tecrübe ve bilgi birikimleri ile öne çıkmaktadırlar. Özellikle yapay zekâ, makine öğrenmesi ve derin öğrenme alanındaki yenilikleri yakından takip eden, uygulayan ve hatta geliştiren bu şirketler finansal sistem içerisindeki süreçlerin önemli ölçüde değişmesini ve gelişmesini sağlamışlardır. Günümüzde, finansal sistem içinde yer alan çoğu finansal kurum da söz konusu, yeni finansal araçlara, yeni finansal hizmetlere ve yeni finansal süreçlere adapte olarak rekabet güçlerini korumaya çalışmaktadır. Bu çalışmada finansal sistemin işleyişini etkileyen yapay zekâ, makine öğrenmesi ve derin öğrenme kavramları açıklanmış, söz konusu yeniliklerin finans sektöründeki uygulamalarına yer verilerek finansal sistem üzerindeki etkisi incelenmiş ve son olarak gelecekteki kullanım alanları üzerine tartışmalara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Teknoloji, Yapaya Zeka, Makine Öğrenmesi, Derin Öğrenme.



THE EFFECTS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE, MACHINE LEARNING AND DEEP LEARNING ON FINANCIAL SYSTEM

Serkan ŞAHİN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1927-1092

ABSTRACT

Financial sector is one of the top sectors that have been affected by the digitalization and digital transformation processes, which have been affecting the whole world. As with non-financial businesses, financial institutions and businesses also attach great importance to digitalization and digital transformation processes. In the past, traditional financial institutions competed with each other in the financial system whereas, these institutions now face with their new competitors. Financial Technology firms are the the new competitors with lower failure rates, lower costs and faster financial processes. These innovative firms impress with their experience and knowledge in technology rather than their financial knowledge. These firms, which closely follow, implement and even develop artificial intelligence, machine learning and deep learning innovations, have significantly changed and developed the financial system. Today, majority of the financial institutions in the financial system are trying to maintain their competitiveness by adapting to new financial instruments, new financial services and new financial processes. In this study, artificial intelligence, machine learning and deep learning which affect the functioning of the financial system, are explained, the effects of these innovations on the financial system are investigated by giving special emphasis on these innovative applications, and finally future of these innovations are discussed.

Keywords: Financial Technologies, Artificial Intelligence, Machine Learning, Deep Learning,



THE EFFECTS OF CREDIT RATING ANNOUNCEMENTS ON SHARES: THE CASE OF TURKEY

Rana TORUN

Abdullah Gül University

ORC-ID: 0000-0002-4776-4011

Ahmet Yakup ERKILIÇ

Ministry of Culture And Tourism

ORC-ID: 0000-0002-1980-8136

ABSTRACT

Sovereign credit ratings are issued by several independent credit rating agencies. These credit ratings are main signs of the credibility of the countries. These credit ratings both affect the governments' access to international capital markets as well as other borrowers' access in the same country. However, both the credit rating agencies and the sovereign ratings they issue have been exposed to increasing criticism especially after the global crisis of the year 2008. Likewise, the sovereign ratings given for Turkey have been a current discussion topic. The aim of the study is to reveal the effects of the credit rating announcements on share price. In this content, the announced sovereign ratings for Turkey by Standar&Poor's, Fitch and Moody's and the main indicators regarding share prices of the firms whose shares are traded on BIST100 were used under the scope of event study. This paper contributes the existing literature by documenting how much sovereign rating changes affect a domestic stock market.

Keywords: Credit Rating Announcement, Sovereign Rating, Event Study, Share Price, Turkey



FİNANS SEKTÖRÜNDE DİJİTALLEŞME UYGULAMALARININ ANALİZİ

Hale Nur GÜLER

Bağımsız Araştırmacı

ORC-ID: 0000-0002-6333-1849

ÖZET

Dijital dönüşüm süreçleri bankacılıkta etkisini sürdürmektedir. Büyük veri, yapay zeka, nesnelere interneti, artırılmış gerçeklik, robotik otomasyon, blok zinciri, kuantum bilişim, 5G teknolojisi ile bilgi teknolojilerinin yoğun kullanımı sağlanarak iş süreçlerinin ve bilgilerin hızlı para ve zaman tasarrufu sağlayarak elektronik ortama aktarılması ile dijital dönüşüm yaşanmaktadır. İçinde bulunulan koronavirüs salgınının da etkileri ile müşteri ve çalışan beklentileri değişmektedir. Bankaların yoğun rekabet şartlarında daha çevik olmaları beklentilere hızlıca yanıt verecek şekilde alt yapı çalışmalarını sürdürmeleri ve uygulamaları hayata geçirmeleri önemlidir. Salgının etkilerinden korunmak için uzaktan çalışma modeli ile uygun olan bölümleri için çalışanlarını evden çalıştırmaya başlayan sektörde bankalar en iyi çalışan deneyimi yakalamaya çalışmaktadır. Teknolojideki değişimin sağladığı olanaklar ile sektörde müşteriler ve insan kaynakları için yürütülen faaliyetlerde ve iş modellerinde hızlı şekilde işlemler yapılabilir. Dijital dönüşüm uygulamaları ile zaman tasarrufu ve maliyet düşüşleri müşteriler, çalışanlar ve bankalar açısından etkilerini göstermektedir. Nitel olarak tasarlanan bu çalışmada Türkiye’de faaliyetlerini sürdüren altı bankanın dijital dönüşüm uygulamaları müşteriler ve insan kaynakları faaliyetleri açısından değerlendirilmiştir. Araştırmada içerik analizi yapılarak bankalar arasındaki benzerlik ve farklılıklar ortaya çıkartılmıştır. Bankaların dijitalleşme için 2020 yılı için yayınladıkları faaliyet raporlarında paylaştıkları bilgilerle sınırlı olmak üzere elde edilen verilere göre bankaların şubeleri dışındaki dijital kanallarından internet, mobil, çağrı merkezi ve ATM’lerden yapılan işlemlerin çeşitleri artmaktadır. Müşterilerin dijital kanallara yönelmesi için işlem limit kısıtlamalarında da değişikliğe gidilmektedir. Bankaların müşterilerle kurdukları sözleşmelerin dijital ortama taşındığı şubeye gitmeye gerek olmadan da banka müşterisi olabilmenin yolu açılmaktadır. Görüntülü görüşme ile dijital kanalların kullanılabilmesi için şifre verilebilmektedir. Araştırmaya dahil edilen bankaların dijital dönüşümü birçok ürün ve hizmet faaliyetinde gösterdiği ve çalışanları için de uzaktan çalışma modeli kapsamında eğitim ve gelişim faaliyetlerini sürdürdükleri görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık sektörü, dijitalleşme, müşteri deneyimi, insan kaynakları yönetimi, koronavirüs salgını



ANALYZING OF DIGITALIZATION APPLICATIONS IN THE FINANCE SECTOR

Hale Nur GÜLER

Bağımsız Araştırmacı

ORC-ID: 0000-0002-6333-1849

ABSTRACT

Digital transformation processes continue to be effective in banking. Big data, artificial intelligence, internet of things, augmented reality, robotic automation, blockchain, quantum computing, 5G technology and information technologies are used intensively and digital transformation is experienced by transferring business processes and information to electronic environment by quickly saving money and time. With the effects of the current coronavirus epidemic, customer and employee expectations are changing. It is important for banks to be more agile in intense competition conditions, to continue their infrastructure works and to implement practices in a way that will respond quickly to expectations. In order to protect from the effects of the epidemic, banks are trying to achieve the best employee experience in the sector, which has started to employ their employees from home for suitable departments with the remote working model. With the opportunities provided by the change in technology, transactions can be made quickly in the activities and business models carried out for customers and human resources in the sector. Time savings and cost reductions with digital transformation applications show their effects in terms of customers, employees and banks. In this qualitatively designed study, digital transformation practices of six banks operating in Turkey were evaluated in terms of customers and human resources activities. In the research, the similarities and differences between the banks were revealed by making content analysis. According to the data obtained, limited to the information shared by the banks in the annual reports published for digitalization for 2020, the types of transactions made through the internet, mobile, call centers and ATMs through digital channels other than banks branches are increasing. Transaction limit restrictions are also being changed in order to direct customers to digital channels. It paves the way for becoming a bank customer without the need to go to the branch where the contracts that banks have made with customers are transferred to the digital environment. A password can be given to use digital channels with video calls. It is seen that the banks included in the research demonstrate digital transformation in many product and service activities, and they continue their training and development activities within the scope of the remote working model for their employees.

Keywords: Banking sector, digitalization, customer experience, human resources management, coronavirus epidemic



FİNTECH VE TEDARİK ZİNCİRİ FİNANSMANI

Oylum Şehvez ERGÜZEL

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9266-8267

Seren ÖZSOY

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6642-7195

Ece Nur DEMİR

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8952-9511

ÖZET

Küresel pandemi, neden olduğu fiyat artışları ve teslimatlardaki istikrarsızlık ile birlikte küresel tedarik zincirinin küresel risklere karşı esneklik ve cevap verebilirlik konusunda tekrar ele alınması gerektiğini ortaya koymuştur. Bu kapsamda tedarik zincirinin finansmanı (TZF), küresel risklere karşı, işletmelerin sürdürülebilirliği bağlamında belirleyici unsur olarak ön plana çıkmaktadır. TZF'nin ele alınmasında banka kredileri, akreditif gibi geleneksel yaklaşımlar tedarik zinciri üyelerinin arasındaki bilgi asimetrisini konusunda yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle, teknoloji tabanlı finansal tekniklerin (fintech) benimsenmesi tedarik zincirinin finansmanında makul bir strateji olarak ön plana çıkmaktadır. Finans ve Teknolojinin bir araya gelmesi olarak ortaya çıkan Fintech, finansal ödeme, finansman, borç verme, yatırım, ticaret, finansal hizmetler ve para birimlerinin yürütülme şeklini geniş ölçüde etkileyen yıkıcı inovasyon türü olarak ifade edilmektedir. Yapay zeka, makine öğrenmesi, blockchain teknolojisi, peer to peer lending, regtech, nesnelerin internet gibi teknolojilerle ortaya çıkan Fintech uygulamaları halihazırda varolan sistem ve süreçlerde köklü ve kalıcı değişikliklere neden olmaktadır. Fintech'in farklı alanlardaki yıkıcı etkisi Tedarik Zinciri Finansmanında da etkilidir. Fintech enstrümanlarının benimsenmesi, küresel tedarik zincirinin artan rekabet ortamının yanında bilgi asimetrisi sorununa getirdiği çözümler, işlem sürelerindeki etkinlik ve tedarik zinciri üyeleri arasında koordinasyonun sağlanması açısından kaçınılmazdır. Fintech'in sunduğu çözümlerin günümüz tedarik zincir finansmanı süreçlerine etkisi göz önüne alınarak, bu çalışmada farklı fintech enstrümanlarının tedarik zinciri finansmanına olan etkileri, uygulama örneklerine yer verilerek, potansiyel avantaj ve dezavantajları bağlamında ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Fintech, Tedarik Zinciri Yönetimi, Tedarik Zinciri Finansmanı, İnovasyon



FINTECH AND SUPPLY CHAIN FINANCE

Oylum Şehvez ERGÜZEL

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9266-8267

Seren ÖZSOY

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6642-7195

Ece Nur DEMİR

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8952-9511

ABSTRACT

The global pandemic, along with the price spikes and delivery instability it has caused, has highlighted the need to reconsider the resilience and responsiveness of the global supply chain to global risks. Herein, supply chain finance (SCF) stands out as a decisive factor in the sustainability of businesses against global risks. Traditional approaches such as bank loans and letters of credit are insufficient to address the information asymmetry among supply chain members. Therefore, the adoption of technology-based financial techniques (fintech) is emerging as a plausible strategy for supply chain financing. Fintech, which emerged as a combination of Finance and Technology, is defined as a type of disruptive innovation that broadly affects the way of financial payments, financing, lending, investment, trading, financial services. Fintech applications that emerged with technologies such as artificial intelligence, machine learning, blockchain technology, peer to peer lending, regtech, and the internet of things cause radical and permanent changes in already existing systems and processes. Its disruptive impact in different areas is also effective in Supply Chain Finance. The adoption of fintech instruments is inevitable in the increasingly competitive environment of the global supply chain, as well as solutions to the problem of information asymmetry, efficiency in transaction times and coordination among supply chain members. Considering the impact of fintech solutions on today's supply chain finance processes, this study will examine the impact of different fintech instruments on supply chain finance in the context of their potential advantages and disadvantages by providing examples of their application.

Keywords: Fintech, Supply Chain Management, Supply Chain Finance, Innovation



KRİPTO VARLIKLAR İLE PORTFÖY OLUŞTURMA: BİR MODEL PORTFÖY ÖNERİSİ

Erdi BAYRAM

Manisa Celal Bayar Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4478-7231

Tufan SARITAŞ

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1728-2377

ÖZET

En temel tanımıyla kripto varlıklar, blok zinciri gibi dağıtık defter teknolojilerine (distributed ledger technology) dayalı; elektronik olarak transfer edilebilen, saklanabilen, alımı ve satımı yapılabilen dijital varlıklardır. Kripto varlıkların -daha spesifik bir ifadeyle kripto paraların- itibari paraya (fiat money) dönüşümü (ya da tam tersi) ikincil piyasalar vasıtasıyla sağlanmaktadır. Son dönem finans piyasasında kripto varlık aracılık hizmeti sunan şirketlerin sayısının eksponansiyel bir şekilde artması, kripto borsalarındaki işlem hacminin yükselmesi gibi olgular kripto varlıkların bir yatırım aracına dönüştüğünü göstermektedir. Bu süreç piyasalarda -örnekleri çokça görülmeye başlanan- fiyat balonları, spekülasyonlar, büyük kayıpların oluşması gibi durumları ortaya çıkarmıştır. Bunun en önemli sebeplerinden birisinin yaratılan “yüksek getiri elde etme” algısı olduğu söylenebilir. Bu bağlamda ikincil piyasalarda işlem yapan yatırımcıların volatil yatırım ortamında riski dağıtarak (diğer bir deyişle çeşitlendirme yaparak) kendi risk-getiri profillerine uygun bir yatırım stratejisi geliştirmeleri önemlidir. Bu çalışmada piyasa değeri (market capitalization) yüksek kripto varlıklar ile farklı portföy seçim teknikleri kullanılarak bir “model portföy” önerisi sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kripto varlıklar, portföy yönetimi, optimizasyon.



PORTFOLIO CONSTRUCTION WITH CRYPTOASSETS: A MODEL PORTFOLIO PROPOSAL

Erdi BAYRAM

Manisa Celal Bayar Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-4478-7231

Tufan SARITAŞ

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-1728-2377

ABSTRACT

As a basic definition, cryptoassets are based on distributed ledger technology (DLT) such as blockchain; they are digital assets that can be transferred, stored, and traded electronically. The conversion of cryptoassets (or cryptocurrencies) into fiat money (or fiat money to cryptoassets) is provided through secondary markets. The exponential increase in the number of companies providing cryptoassets brokerage services in the recent financial market and the increase in the transaction volume in crypto exchanges show that cryptoassets have turned into an investment instrument. This revealed cases such as price bubbles, speculations, and abnormal losses, examples of which are beginning to be seen in the markets. It can be said that one of the most important reasons for this is the perception of “high returns”. In this context, it is crucial for investors trading in secondary markets to develop an investment strategy for their risk-return profiles by spreading the risk (in other words, by diversifying) in the volatile investment environment. In this study, a “model portfolio” made proposed using different portfolio selection techniques with cryptoassets with high market capitalization.

Keywords: Cryptoassets, portfolio management, optimization.



FİNANSAL TEKNOLOJİNİN YEŞİL ENERJİ YATIRIMLARININ ARTTIRILMASI İÇİN ÖNEMİ

Serhat YÜKSEL

İstanbul Medipol Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9858-1266

Hasan DİNÇER

İstanbul Medipol Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8072-031X

ÖZET

Yeşil enerji yatırımlarında güneş ve rüzgar gibi doğal kaynaklar kullanılmaktadır. Bu süreçte, kömür ve doğal gaz gibi fosil yakıtlar yakılmadığı için karbon emisyonu problemi ciddi bir şekilde azaltılmaktadır. Buradan anlaşılabilceği üzere, yeşil enerji kaynaklar çevre dostu enerji türleri olarak kabul edilmektedir. Yeşil enerji projelerinin başka bir faydası da ülkelerin enerji bağımlılığını azaltmasıdır. Enerji her ülkenin temin etmekte zorunda olduğu bir ihtiyaçtır. Bu yüzden, kendi enerji kaynaklarına sahip olmayan ülkeler bu ihtiyaçlarını başka ülkelere temin etmek durumundadırlar. Bu durum ülkeleri hem ekonomik hem de politik anlamda diğer ülkelere bağımlı hale getirmektedir. Yeşil enerji projeleri ülkelerin bu problemi minimize edebilmelerine yardımcı olmaktadır. Bunun en temel gerekçesi de yeşil enerji yatırımları sayesinde ülkeler kendi enerjilerini üretebilmektedirler. Bahsedilen bu faktörler dikkate alındığında, yeşil enerji yatırımlarının arttırılması ülkelerin hem sosyal hem de ekonomik kalkınması açısından önem arz etmektedir. Buna karşın, bu projelerin başlangıç maliyetleri çok yüksektir. Bu durum yeşil enerji projelerinin geliştirilmesinde en önemli engellerden biri olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, yeşil enerji projelerinin finansman probleminin çözülebilmesi için doğru stratejilerin belirlenmesi gerekmektedir. Bu süreçte, yenilikçi finansal ürünlere ihtiyaç duyulmaktadır. Finansal teknolojinin etkin bir şekilde kullanılabilmesi sayesinde bu problemin çözümüne katkı bulabilmek mümkün olabilmektedir. Dijital finansın kullanılabilmesi sayesinde, finans kurumlarının maliyetlerinin düşürülebilmesi mümkün olabilecektir. Bu durum da yeşil enerji yatırımcılarına daha düşük maliyetli kredi imkanının sunulabilmesine katkı sağlayacaktır. Dijital finans sürecinde, özellikle teknolojik gelişmelerinin de yardımıyla, yeşil enerji yatırımcılarının finansal hizmetlere daha kolay ulaşabilmesi mümkün olabilecektir. Bu bağlamda, yapılacak yeni çalışmalar ile finansal teknoloji ekosisteminin etkin bir şekilde dizayn edilebilmesi için gerekli olan önceliklerin belirlenmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Finans; Yeşil Enerji Projeleri; Enerji Yatırımları



THE IMPORTANCE OF FINANCIAL TECHNOLOGY FOR INCREASING GREEN ENERGY INVESTMENTS

Serhat YÜKSEL

İstanbul Medipol Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9858-1266

Hasan DİNÇER

İstanbul Medipol Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8072-031X

ABSTRACT

Natural resources such as solar and wind are used in green energy investments. In this process, since fossil fuels such as coal and natural gas are not burned, the carbon emission problem is seriously reduced. As can be understood from here, green energy sources are accepted as environmentally friendly energy types. Another benefit of green energy projects is that they reduce the energy dependency of countries. Energy is a need that every country has to provide. Therefore, countries that do not have their own energy resources have to supply their needs from other countries. This situation makes countries dependent on other countries both economically and politically. Green energy projects help countries to minimize this problem. The main reason for this is that countries can produce their own energy thanks to green energy investments. Considering these factors, increasing green energy investments is important for both social and economic development of countries. However, the initial costs of these projects are very high. This situation is considered as one of the most important obstacles in the development of green energy projects. Therefore, it is necessary to determine the right strategies in order to solve the financing problem of green energy projects. In this process, innovative financial products are needed. Thanks to the effective use of financial technology, it is possible to contribute to the solution of this problem. Thanks to the use of digital finance, it will be possible to reduce the costs of financial institutions. This, in turn, will contribute to providing green energy investors with a lower cost loan facility. In the digital finance process, it will be possible for green energy investors to access financial services more easily, especially with the help of technological developments. In this context, it is necessary to determine the priorities necessary for the effective design of the financial technology ecosystem with new studies to be carried out.

Keywords: Digital Finance; Green Energy Projects; Energy Investments



KRİPTO PARA BİRİMLERİ Mİ GELENEKSEL FİNANSAL VARLIKLAR MI: BİR YATIRIM ANALİZİ

Önder BÜBERKÖKÜ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7140-557X

Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4233-8363

ÖZET

Bu çalışmada kripto para birimlerinin riske göre düzeltilmiş getiri oranları ile geleneksel finansal varlıkların riske göre düzeltilmiş getiri oranları kıyaslanarak bir yatırım analizi yapılmıştır. Ayrıca portföy çeşitlendirmesi açısından önemli bilgiler sunması nedeniyle kripto para birimleri ile geleneksel finansal varlıklar arasındaki korelasyon değerleri de hesaplanmıştır. Kripto para birimleri olarak Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), Cardano (ADA), Decentraland (MANA), Chainlink (LINK), Stellar (XLM) ve Ripple'a (XRP); geleneksel finansal varlıklar olarak ise hisse senedi endekslerinin yanı sıra enerji, gıda ve metal emtialarına ait endekslere yer verilmiştir. Riske göre düzeltilmiş getiri oranlarının hesaplanmasında Sharpe rasyosu ile değişim katsayısından yararlanılmıştır. Çalışma bulguları kripto para birimlerinin geleneksel finansal varlıklara göre çok daha yüksek getiri oranları sunmakla birlikte riske göre düzeltilmiş getiri oranları dikkate alındığında, ne kripto para birimlerinin ne de geleneksel finansal varlıkların birbirlerine kıyasla sürekli bir şekilde daha iyi performans sergileyemediklerini göstermektedir. Portföy çeşitlendirmesi etkisi açısından ise çalışma bulguları BTC, ADA, MANA, XLM, XRP'dan oluşan kripto para birimleri için en iyi çeşitlendirme etkisinin portföye değerli metal emtialarının eklenmesi ile elde edilebileceği sonucuna işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kripto para piyasaları, Geleneksel finansal varlıklar, Yatırım analizi



CRYPTOCURRENCY MARKETS VERSUS TRADITIONAL FINANCIAL MARKETS: AN INVESTMENT ANALYSIS

Önder BÜBERKÖKÜ

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7140-557X

Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4233-8363

ABSTRACT

In this study, an investment analysis has been made by comparing the risk-adjusted returns of cryptocurrencies with the risk-adjusted returns of traditional financial assets. Sharpe ratio and coefficient of variation measures are applied in the calculation of risk-adjusted returns. In addition, correlation coefficients between cryptocurrencies and traditional financial assets are also calculated, as they provide important information in terms of portfolio diversification. Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), Cardano (ADA), Decentraland (MANA), Chainlink (LINK), Stellar (XLM) ve Ripple (XRP) are used as cryptocurrencies whereas stock indices, energy commodity prices and commodity indices including energy, food, beverage and metals price indices are considered as traditional financial assets. The findings show that although cryptocurrencies offer much higher rates of return than traditional financial assets, they do not have consistently better performance than traditional financial assets when risk-adjusted returns are taken into account. More specifically results indicate that neither the cryptocurrencies nor the traditional financial assets consistently produce superior risk-adjusted returns compared with each other. In terms of portfolio diversification effect, the findings of the study indicate that the best diversification effect for portfolios containing any of the cryptocurrencies consisting of BTC, ADA, MANA, XLM, XRP can be achieved by adding precious metals commodities to the portfolio.

Keywords: Cryptocurrency markets, traditional financial markets, Investment analysis



GOVERNANCE QUALITY, POLITICAL CONNECTIONS AND THE PHENOMENOLOGY OF EARNINGS MANAGEMENT: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Nasredine FATHELKHIR

Hassan First University

ORC-ID: 0000-0001-5509-2297

Said KARAM

Hassan First University

ORC-ID: 0000-0003-1751-1600

Othman GAGA

Hassan First University

ORC-ID: 0000-0002-7333-9721

ABSTRACT

The research on corporate governance and earnings management has attracted attention from different scholars after the increasing of financial scandals. Despite the proliferation of a great number of studies that have been conducted to test the effect of corporate governance mechanisms on financial reporting quality and accounting manipulation, the results are still ambiguous, unclear and inconclusive.

Our study is designed to explain and investigate the determinants of earnings management, indeed, a theoretical review based on agency and positive accounting theory will be used. As a result of this flourishing interest, the objective of our paper is to present an updated state of the art and systematically review 73 articles selected and extracted from Scopus and Web of Science databases. The methodology of selecting articles was fundamentally based on title, abstract and keywords. Our paper has been focusing essentially on the role of ownership structure, board of directors and audit committee attributes as mechanisms that can impede the manipulation of accounting data and mitigate the agency problems. Also, we have tried to tackle the literature gap by analyzing various studies relating political costs to earnings management.

As a result, this paper contributes to the literature on corporate governance, by analyzing the impact of each mechanism, critiquing the mythological approaches and demystifying the direct, moderating and mediating effects between variables. We also identified the different estimation techniques and scrutinized the different measures of



politically connected firms and proxies of discretionary accruals based on different prediction models.

Keywords: Corporate governance, Board composition, Audit quality, Political costs, Discretionary accruals.



KRİPTO PARALAR VE TÜRK LİRASIYLA OLAN İLİŞKİLERİ ÜZERİNE BİR ANALİZ: TODA-YAMAMOTO NEDENSELLİK TESTİ İLE İNCELEME

Ayşegül KIRKPINAR

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

ORCID: 0000-0002-7339-8262

ÖZET

Kripto paralardan olan Bitcoin'in (BTC) ortaya çıkması yoğun tartışmaları tetiklemiştir. Kripto paralara oluşan özel ilgiye rağmen bu para birimlerinin değerine ilişkin teorik anlayış sınırlı kalmaktadır. Geleneksel par birimlerine kıyasla, kripto para birimleri yüksek risk ve oynaklıkların daha fazla olduğu bir finansal yatırım ürünü olarak değerlendirilmektedir. Bir finansal varlığa yatırım yaparken, diğer yatırım araçları ile olan ilişkisi ve etkileşimi özellikle yatırımcılar açısından dikkate alınması gereken önemli bir durumdur. Bu amaçla, bu çalışmada Bitcoin ve Ethereum fiyat hareketleri incelenerek bu kripto para birimlerinin Türk Lirası (TRY) ile arasındaki nedensellik ilişkisini tespit etmek amaçlanmıştır.

Çalışmada analize konu olan kripto paralar 2022 yılı Temmuz ayı itibarıyla en yüksek işlem hacmine sahip olan Bitcoin (BTC) ve Ethereum (ETH)'dan oluşmaktadır. Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini belirlemek için Toda-Yamamoto testinden faydalanılmıştır. Kripto paraların ihraç tarihleri farklılık göstermelerinden dolayı analizde kullanılacak Bitcoin ve Ethereum'a ait veri aralıkları da bu açıdan farklıdır. Her iki kripto para birimi için günlük kapanış fiyatları ele alınmış olup, Bitcoin için 2012:06- 2022:07 dönem aralığı, Ethereum için ise 2016:03-2022:07 dönem aralığı ele alınmıştır.

Nedensellik test sonuçlarına göre, Bitcoin ve Ethereum fiyatları ile Türk lirası arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. Böylece hem kripto para birimlerinin (BTC ve ETH) hem de geleneksel para biriminin (TRY) karşılıklı olarak birbirlerini etkilediği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kripto Para, Bitcoin, Ethereum, Türk Lirası, Toda-Yamamoto Test



AN ANALYSIS ON CRYPTOCURRENCIES AND THEIR RELATIONS WITH THE TURKISH LIRA: THE EXAMINATION WITH THE TODA- YAMAMOTO CAUSALITY TEST

Ayşegül KIRKPINAR

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7339-8262

ABSTRACT

The emergence of Bitcoin (BTC), one of the cryptocurrencies, has triggered intense discussions. Despite the particular interest in cryptocurrencies, the theoretical understanding of the value of these currencies has limited. Compared to traditional currencies, cryptocurrencies are considered a financial investment product with higher risk and volatility. While investing in a financial asset, its relationship and interaction with other investment instruments is an important situation that should be considered especially for investors. For this purpose, in this study, it is aimed to determine the causal relationship between Bitcoin and Ethereum cryptocurrencies and the Turkish Lira (TRY) by examining the price movements of these cryptocurrencies.

The cryptocurrencies used in the study consist of Bitcoin (BTC) and Ethereum (ETH), which have the highest transaction volume as of July 2022. Toda-Yamamoto test was used to determine the causality relationship between the variables. Since the issuance dates of cryptocurrencies differ, the data ranges for Bitcoin and Ethereum to be used in the analysis are also different in this respect. The daily closing prices for both cryptocurrencies are used, with the period range 2012:06-2022:07 for Bitcoin and the period between 2016:03-2022:07 for Ethereum.

According to the causality test results, there are bidirectional causality relationships between Bitcoin, Ethereum prices and the Turkish lira. Thus, the results indicate that both cryptocurrencies (BTC and ETH) and traditional currency (TRY) mutually affect each other.

Keywords: Cryptocurrency, Bitcoin, Ethereum, Turkish Lira, Toda-Yamamoto Test



G7 ÜLKELERİNDE İNOVASYON VE İKTİSADİ BÜYÜME İLİŞKİSİ: PANEL VERİ ANALİZİ

Bahar OĞUL

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4335-9086

ÖZET

İnovasyon, özellikle son dönemlerde birçok araştırmaya konu olmaktadır. Temel makroekonomik değişkenlerden biri olan iktisadi büyüme ile inovasyon ilişkisi de büyük öneme sahiptir. Bu çalışmada G7 (Almanya, ABD, İngiltere, Fransa, İtalya, Japonya ve Kanada) ülkelerine ait inovasyon ve iktisadi büyüme arasındaki ilişki 1996-2020 dönemine ait yıllık verilerle ele alınmaktadır. İnovasyonun göstergesi olarak Ar-Ge harcamaları ve patent başvurularından faydalanılmıştır. Dinamik panel veri analiz tekniğinin faydalandığı bu çalışmada Westerlund (2006) tarafından geliştirilen, çoklu yapısal kırılmalara izin veren ve yatay kesit bağımlılığını dikkate alan panel eşbütünleşme testinden yararlanılmıştır. Seriler arasında eşbütünleşme katsayılarının belirlenmesi amacıyla Eberhardt ve Bond (2009) tarafından geliştirilen AMG (Augmented Mean Group Estimator: Güçlendirilmiş Ortalama Grup Etkisi) yöntemi veya Pesaran (2006) tarafından geliştirilen CCE (Common Correlated Effects: Ortak Grup Etkisi) yöntemleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre panel genelinde inovasyon ile iktisadi büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. G7 ülkeleri açısından iktisadi karar vericilerin bu durumu göz önünde bulundurması önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Patent, Ar-Ge Harcamaları, İktisadi Büyüme, G7 Ülkeleri



THE RELATIONSHIP OF INNOVATION AND ECONOMIC GROWTH IN G7 COUNTRIES: PANEL DATA ANALYSIS

Bahar OĞUL

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4335-9086

ABSTRACT

Innovation has been the subject of many researches, especially in recent years. The relationship between economic growth, which is one of the main macroeconomic variables, and innovation is also of great importance. In this study, the relationship between innovation and economic growth of the G7 (Germany, USA, England, France, Italy, Japan and Canada) countries is discussed with annual data for the period 1996-2020. R&D expenditures and patent applications were used as indicators of innovation. In this study, in which the dynamic panel data analysis technique was used, the panel cointegration test developed by Westerlund (2006), which allows multiple structural breaks and takes into account the cross-section dependence, was used. AMG (Augmented Mean Group Effect) method developed by Eberhardt and Bond (2009) or CCE (Common Correlated Effects) method developed by Pesaran (2006) were used to determine the cointegration coefficients between series. According to the findings, it has been determined that there is a long-term relationship between innovation and economic growth throughout the panel. For G7 countries, it is important for economic decision makers to consider this situation.

Keywords: Innovation, Patent, R&D Expenditures, Economic Growth, G7 Countries



KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE FİNANSALLAŞMANIN GELİR DAĞILIMI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE EKONOMİSİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR İNCELEME

Bahar OĞUL

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4335-9086

ÖZET

Gelir dağılımında adaletin sağlanması ülke ekonomileri açısından en önemli makroekonomik hedefler arasındadır. Gelir dağılımının hem sosyal hem de ekonomik etkileri bulunmaktadır. Özellikle küreselleşme süreci ile birlikte artan finansal hareketlilik sonrası gelir dağılımında adaletsizliğe etken olan faktörlerin çeşitli araştırmalara konu olduğu görülmektedir. Bu çalışmadaki amaç Türkiye ekonomisine ait 1990-2019 döneminde Finansal Kuznets Eğrisi hipotezinin kısa ve uzun dönemde geçerli olup olmadığını zaman serisi analizi yöntemiyle sınamaktır. Türkiye ekonomisinin finansal gelişme, kişi başına düşen milli gelir, küreselleşme ve Gini katsayısı değişkenleri ile ekonometrik analizler yapılmıştır. Finansal gelişmenin göstergesi olarak IMF tarafından sunulan finansal küreselleşme endeksinden, küreselleşmenin göstergesi olarak ise KOF İsviçre Ekonomi Enstitüsü tarafından sunulan genel küreselleşme endeksinden ve gelir eşitsizliğinin göstergesi olarak Gini katsayısından yararlanılmıştır. Ampirik kısımda öncelikle değişkenlerin birim kök seviyesi incelenmiştir. Değişkenler arasındaki eşbütünlük ilişkisi Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model (ARDL) ile sınanmıştır. Kısa ve uzun dönemde finansallaşma, küreselleşme ve ekonomik büyüme değişkenlerinin Gini katsayısı üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucu elde edilmiştir. Ampirik bulgular hem kısa dönemde hem de uzun dönemde Finansal Kuznets Eğrisi hipotezinin geçerli olduğunu ortaya koymaktadır. Başka bir deyişle Finansal Kuznets Eğrisi hipotezinin geçerliliği, Türkiye ekonomisinde söz konusu dönemde ters-U ilişkisinin geçerli olduğunu göstermektedir. Ayrıca elde edilen sonuçlara göre ekonomik büyüme ve küreselleşme değişkenleri gelir eşitsizliğini azaltıcı yönde etkiler meydana getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Finansallaşma, Küreselleşme, Gelir Dağılımı, ARDL Sınır Testi, Türkiye Ekonomisi



THE EFFECT OF FINANCIALIZATION ON INCOME DISTRIBUTION IN THE PROCESS OF GLOBALIZATION: AN EMPIRICAL ANALYSIS ON THE TURKISH ECONOMY

Bahar OĞUL

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4335-9086

ABSTRACT

Ensuring fairness in income distribution is among the most important macroeconomic targets for national economies. Income distribution has both social and economic effects. It is seen that the factors that cause injustice in income distribution, especially after the increasing financial mobility with the globalization process, are the subject of various researches. The aim of this study is to test whether the Financial Kuznets Curve hypothesis is valid in the short and long term in the 1990-2019 period of the Turkish economy by using the time series analysis method. The variables of financial development, per capita income, globalization and Gini coefficient of the Turkish economy and econometric analyzes were made. As an indicator of financial development, the financial globalization index presented by the IMF, the general globalization index presented by the KOF Swiss Institute of Economics as an indicator of globalization, and the Gini coefficient as an indicator of income inequality were used. In the empirical part, first of all, the unit root level of the variables was examined. Cointegration relationship between variables Pesaran et al. (2001) with the Autoregressive Distributed Lag (ARDL). It has been concluded that the effects of financialization, globalization and economic growth variables on the Gini coefficient in the short and long term are statistically significant. Empirical findings reveal that the Financial Kuznets Curve hypothesis is valid both in the short run and the long run. In other words, the validity of the Financial Kuznets Curve hypothesis shows that the inverted-U relationship is valid in the Turkish economy in the said period. In addition, according to the results obtained, economic growth and globalization variables create effects that reduce income inequality.

Keywords: Financialization, Globalization, Income Distribution, ARDL Boundary Test, Turkish Economy



TEDARİK ZİNCİRİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM: ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK

Seren ÖZSOY

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6642-7195

Ece Nur DEMİR

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8952-9511

Oylum Şehvez ERGÜZEL

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9266-8267

ÖZET

Günümüzde tedarik zinciri yönetimi uluslararası rekabet gücünü korumak ve sürdürülebilir kılmak isteyen firmalar için stratejik öneme sahip bir konuya gelmiştir. Tedarik zinciri süreçlerinde optimizasyonu sağlamak isteyen firmalar teknoloji tabanlı çözümlere yatırım yaparak verimliliklerini artırmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, Endüstri 4.0 ile birlikte ortaya çıkan teknolojiler olarak nesnelerin interneti, yapay zeka gibi teknolojiler sektörün ve akademisyenlerin ilgi odağında olmasına rağmen, artırılmış gerçeklik teknolojisi tedarik zincirinde yarattığı potansiyel fayda ve uygulama alanları ile gereken önemin verilmediği, etkilerinin henüz keşfedilmediği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Arttırılmış gerçeklik gerçek dünyayı bilgisayar tarafından oluşturulan verilerle birleştirmekle ilgilenen bir alan olmakla birlikte, Endüstri 4.0' in kilit teknolojilerinden birisidir. Arttırılmış gerçeklik, nesnelerin bilgiyle bütünleşmiş bir şekilde yer almasına ve duyularımızla doğrudan algılayamayacağımız bilgilerin algılanmasına imkân sağlayarak tedarik zinciri süreçlerinde verimliliği artırma potansiyeline sahiptir. Bu kapsamda, arttırılmış gerçeklik uygulamaları, ileriye dönük bilgilere hızlı bir şekilde ulaşmayı mümkün kılmakla birlikte, tedarik zincirine konu olan malları toplama, depolama ve yükleme aşamalarında optimizasyonu sağlayarak, ürün kontrol sürelerini kısaltmakta ve dokümantasyon maliyetlerini düşürerek, güvenli bir ticaret ve satış sonrası hizmet sunmakta ve tedarik zinciri süreçlerinin etkinliğini arttırmaktadır. Bu amaçla, bu çalışmada artırılmış gerçeklik teknolojisinin tedarik zinciri yönetiminde yarattığı potansiyel faydalar karşılaşılan zorluklar mevcut ve geliştirilmesi gereken uygulama alanları ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Arttırılmış Gerçeklik Teknolojisi, Tedarik Zinciri Yönetimi, İnovasyon, Endüstri 4.0



DIGITAL TRANSFORMATION IN THE SUPPLY CHAIN: AUGMENTED REALITY

Seren ÖZSOY

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6642-7195

Ece Nur DEMİR

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8952-9511

Oylum Şehvez ERGÜZEL

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9266-8267

ABSTRACT

Today, supply chain management has become a strategically important issue for companies that want to maintain and sustain their international competitiveness. Companies that want to optimize their supply chain processes aim to increase their efficiency by investing in technology-based solutions. In this regard, although technologies such as the internet of things and artificial intelligence as technologies emerging with Industry 4.0 are at the center of attention of the industry and academics, augmented reality technology is an area where the potential benefits and application areas created in the supply chain are not given the necessary importance and its effects have not yet been explored. Augmented reality is a field that deals with combining the real world with computer-generated data, and also it is one of the key technologies of Industry 4.0. It has the potential to increase efficiency in supply chain processes by allowing objects to be integrated with information and to perceive information that we cannot directly comprehend with our senses. Herein, augmented reality applications make it possible to access forward-looking information quickly, provide optimization in the collection, storage and loading stages of the goods subject to the supply chain, shorten product control times and reduce documentation costs, provide a safe trade and after-sales service and increase the efficiency of supply chain processes. For this purpose, in this study, the potential benefits of augmented reality technology in supply chain management with the difficulties encountered and the application areas that need to be developed are discussed.

Keywords: Augmented Reality Technology, Supply Chain Management, Innovation, Industry 4.0



YATIRIMCI DUYARLILIĞININ PAY PİYASASI YATIRIMLARINA ETKİSİ

Yasemin YURTOĞLU

Ufuk Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9579-6133

Aynur SÜSAY

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0635-7375

ÖZET

1980'li yıllara kadar finans modelleri, finansal kararlarında duygularının etkisi altında kalmayan, faydasını maksimize edebilmek için karmaşık problemleri çözebilen, aritmetik ve mantıkta hata yapmayan, hatalarını tekrarlamayan, kararlarında tutarlı olan rasyonel insanı varsayımıştır. Ancak yatırımcının bilişsel önyargıları ve psikolojisini dikkate almayan bu modellerin piyasalardaki yatırımcı davranışlarını, balon ve anomalileri açıklamada yetersiz kalması üzerine rasyonel insan varsayımının tamamen doğru olmadığı anlaşılmış ve finansal karar alma psikolojisi incelenmeye başlanmıştır. Bu gelişmeler doğrultusunda psikoloji ve sosyoloji bilimi ile finansı birleştiren “davranışsal finans” ortaya çıkmıştır. Davranışsal finansa göre yatırımcıların inanç ve önyargıları, belirli finansal haberlere ve bilgilere aşırı veya düşük tepki vermesine neden olabilmektedir. Ayrıca finansal kararlarda aşırı güven, pişmanlıktan kaçınma, korku, zihinsel muhasebe gibi psikolojik, duygusal ve bilişsel faktörler etkili olmaktadır. Bunlara ek olarak yatırımcı duyarlılığı, davranışsal finasta öne çıkan bir diğer kavramdır. Baker ve Wurgler (2007) tarafından yatırımcı duyarlılığı, gelecekteki nakit akışları ve yatırım riskleri ile ilgili eldeki bilgilerle doğrulanamayan inançlar olarak tanımlanmakta olup piyasaları etkinlikten uzaklaştırmaktadır. Bu nedenle çalışmada, yatırımcı duyarlılığının pay piyasası yatırımcıları üzerindeki etkisinin araştırılması amaçlanmaktadır. Yatırımcıların iyimser veya kötümser bakış açılarının doğrudan ölçülememesi ve söylenti tacirlerinin varlığı nedeniyle yatırımcı duyarlılığının temsilinde çeşitli değişkenlerden yararlanılmaktadır. Ankete dayalı ölçütlerden olan güven endeksleri, yatırımcı duyarlılığı temsilinde sıklıkla kullanılan değişkenlerdir. Dolayısıyla bu çalışmada yerli ve yabancı yatırımcıların toplam portföy değeri ile yatırımcı duyarlılığını temsilen ekonomik güven endeksi, tüketici güven endeksi, Michigan tüketici güven endeksi ile CBOE Volatilite Endeksi kullanılmıştır. 01.2007-06.2022 dönemi aylık



verilerin kullanıldığı çalışmada Toda Yamamoto (1995) nedensellik testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre ekonomik güven endeksi ile pay piyasası yatırımcılarının portföy değeri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi elde edilirken Michigan tüketici güven endeksi'nden yatırımcılarının portföy değerine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Ayrıca yatırımcıların portföy değerinden tüketici güven endeksine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal finans, Yatırımcı duyarlılığı, Güven endeksleri



THE EFFECT OF INVESTOR SENTIMENT ON EQUITY MARKET INVESTMENTS

Yasemin YURTOĞLU

Ufuk Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9579-6133

Aynur SÜSAY

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0635-7375

ABSTRACT

Until the 1980s, financial models assumed a rational person who was not influenced by his sentiments in financial decisions, could solve complex problems to maximize his utility, did not make mistakes in arithmetic and logic, did not repeat his mistakes, and was consistent in his decisions. However, it has been observed that these models, which ignore the cognitive biases and psychology of investors, are insufficient to explain investor behaviors, bubbles and anomalies in the markets. Thus, it has been realized that the rational human assumption is not entirely correct and the psychology of financial decision making has begun to be investigated. As a result of these developments, "behavioral finance" has emerged, which combines psychology and sociology with finance. According to behavioral finance, beliefs and biases of investors can cause them to over- or under-react to certain financial news and information. In addition, psychological, sentiment and cognitive factors such as overconfidence, regret aversion, fear, mental accounting are effective in financial decisions. Investor sentiment is another important concept in behavioral finance. Investor sentiment is defined by Baker and Wurgler (2007) as beliefs about future cash flows and investment risks that cannot be verified by the available information, and it distracts markets from efficiency. Therefore, in this study, it is aimed to investigate the effect of investor sentiment on equity market investors. Various variables are used to represent investor sentiment due to the inability to directly measure the optimistic or pessimistic viewpoints of investors and the presence of noise traders. Confidence indices, one of the survey-based measures, are variables that are frequently used in the representation of investor sentiment. Therefore, in this study, the total portfolio value of domestic and foreign investors was used, and economic confidence index, consumer confidence index, Michigan consumer sentiment index and CBOE Volatility Index were used to represent investor sentiment.



Toda Yamamoto (1995) causality test was applied in the study in which monthly data for the period 01.2007-06.2022 were used. According to the results of the analysis, a bidirectional causality relationship was obtained between the economic confidence index and the portfolio value of the equity market investors, while a one-way causality relationship was found from the Michigan consumer sentiment index to the portfolio value of the investors. In addition, it was concluded that there is a one-way causality relationship from the portfolio value of the investors to the consumer confidence index.

Keywords: Behavioral finance, Investor sentiment, Confidence indices



TEMİZ ENERJİ YATIRIM FONLARINDA ZAYIF FORMDA ETKİNLİĞİN DOĞRUSAL VE DOĞRUSAL OLMAYAN BİRİM KÖK MODELLERİYLE ANALİZİ

Nazlıgöl GÜLCAN

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1390-0820

ÖZET

Etkin piyasa, menkul kıymet değerlerinin piyasadaki mevcut tüm bilgiyi yansıttığı piyasalardır. Zayıf formda etkin piyasa ise menkul kıymetlerin geçmiş fiyatlarının mevcut fiyatlara yansıdığı piyasalar olup, bu piyasalarda yatırımcılar geçmiş fiyatlara dayalı tahminlerle normalin üstünde getiri sağlayamazlar. Çalışmada temiz enerji sektöründe yer alan yatırımcılara yol göstericisi olması açısından temiz enerji yatırım fonlarının (ETF) Etkin Piyasalar Hipotezi'ne göre zayıf formda etkin olup olmadığı araştırılmaktadır. Çalışma kapsamında iShares Küresel Temiz Enerji ETF (ICLN), Invesco Küresel Temiz Enerji ETF (PBD), SPDR S&P Kensho Temiz Güç ETF (CNRG), First Trust NASDAQ Clean Edge Yeşil Enerji Endeksi ETF (QCLN) ve ALPS Temiz Enerji ETF'nin (ACE) 26.10.2018-29.07.2022 dönemi kapanış fiyat verileri dikkate alınmıştır. Doğrusal birim kök testlerinden Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF), Philips-Perron (PP), Zivot-Andrews, Carrion-i Silvestre; doğrusal olmayan birim kök testlerinden Leybourne, Newbold ve Vougas, Harvey ve Mills, Kapetanious, Shin ve Snell (KSS), Kruse'un kullanıldığı çalışmada, tüm birim kök testi sonuçlarına göre temiz enerji ETF'lerinin zayıf formda etkin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Temiz Enerji, Yatırım Fonu, Etkinlik, Doğrusal ve Doğrusal Olmayan Birim Kök



THE ANALYSIS OF WEAK FORM EFFICIENCY IN CLEAN ENERGY TRADED FUNDS WITH LINEAR AND NONLINEAR UNIT ROOT MODELS

Nazlıgöl GÜLCAN

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1390-0820

ABSTRACT

An efficient market is a market in which stock values reflect all current information in the market. A weak form efficient market is a market in which past prices of stocks are reflected in current prices, and investors in these markets cannot provide above-normal returns with estimates based on past prices. In the study, it is investigated whether clean energy traded funds (ETFs) are effective in weak form according to the Efficient Markets Hypothesis to guide investors in the clean energy sector. Within the scope of the study, iShares Global Clean Energy ETF (ICLN), Invesco Global Clean Energy ETF (PBD), SPDR S&P Kensho Clean Power ETF (CNRG), First Trust NASDAQ Clean Edge Green Energy Index ETF (QCLN) and ALPS Clean Energy ETF (ACE) closing price data for the period 26.10.2018-29.07.2022 are taken into account. In the study in which Augmented Dickey-Fuller (ADF), Philips-Perron (PP), Zivot-Andrews, Carrion-i Silvestre from linear unit root tests; Leybourne, Newbold and Vougas, Harvey and Mills, Kapetanious, Shin and Snell (KSS), Kruse was used, according to all unit root test results, it was concluded that clean energy ETFs are efficient in weak form

Keywords: Clean Energy, Traded Fund, Efficiency, Linear and Unlinear Unit Root



MULTI-SCALE SAMPLE ENTROPY ANALYSIS OF THE TURKISH STOCK MARKET EFFICIENCY

Serkan ALKAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7773-7321

ABSTRACT

According to the weak version of the efficient market hypothesis (EMH), the prices of securities reflect all publicly available information but do not necessarily reflect new information not previously available. Furthermore, it assumes that past information about price, volume, and returns will not affect future prices. Therefore, it is impossible to predict prices in an efficient market. In view of this, the most popular and widely used model for stock prices has been the random walk model. Modern financial theories, including derivatives valuation and capital assets pricing, rest on the efficient market hypothesis. Economies around the world have been adversely impacted by the COVID-19 pandemic. In particular, when the world economy is abnormal, the resulting risks on markets are likely to be higher. As a result of COVID-19, the global financial markets have been shaken. Most of the global stock markets have experienced extreme highs and lows. On March 20, 2020, BIST30 and BIST100 indices declined by 31% and 29%, respectively, since December 31, 2019, when the World Health Organization announced the first confirmed case. The purpose of the current study is to compare the degree of Turkish stock market efficiency during the pre-and post-COVID-19 pandemic, covering time period from 01/2017 to 07/2022. We apply the multi-scale sample entropy in order to measure the randomness and disorders for the market index and four main sector indices in the Turkish stock market: XU100, XUSIN BIST Industrials (XUSIN), BIST Services (XUHIZ), BIST Transportation (XULAS), BIST Financials (XUMAL), BIST Technology (XUTEK). As measured on a daily scale, while in pre-COVID-19 pandemic period, the XUHIZ and XU100 indices has the highest efficiency , in post-COVID-19 pandemic period, the XUMAL and XU100 indices has the highest efficiency. A general trend of declining efficiency levels follows an increase in time scale in both periods.

Keywords: Sample Entropy , Market efficiency, COVID-19, Extreme events



HANEHALKI DİJİTAL TEKNOLOJİSİ VE HANE GELİRİ

Behice CANATAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9588-386X

Gökhan ÖZBİLGE

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9060-091X

Egemen İPEK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1365-0526

ÖZET

Dijital teknolojiler değişen ve gelişen çağda dijital platformlara erişim ve faaliyet göstermek açısından kilit bir unsurdur. Bu teknolojilere sahip olmak internet aracılığıyla sunulan birçok sisteme erişimi ve katılımı teşvik etmektedir. Dijital teknolojiler ve bu yolla sağlanan hizmetlere, faaliyetlere ulaşmada gelirin itici bir güç olduğu düşünülmektedir. Çünkü yüksek gelir seviyesine sahip hanelerin dijital teknolojilere erişimi diğer gelir gruplarına göre daha kolay sağlanabilir. Bu nedenle farklı gelir seviyelerindeki hanelerin dijital teknolojileri nasıl deneyimlediği önem arz etmektedir. Çalışmanın amacı ise, farklı gelir seviyesine bağlı olarak hangi dijital teknolojilerin hangi amaçla (e-devlet, e-ticaret, e-beceriler, iş arama ya da iş başvurusu yapma, eğitim vb.) kullanıldığını incelemektir. Bu doğrultuda 2021 yılı TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Mikro Veri Seti aracılığıyla hanehalkı dijital teknolojisinin farklı gelir seviyelerine göre değişip değişmediğini değerlendirmeye olanak tanıyan kantil regresyon yöntemi kullanılmaktadır. Bu sayede örneğin düşük gelir seviyesine sahip hanelerde hangi değişkenlerin dijital teknoloji benimsenmesinin temel itici güç olduğu bilgisine erişilebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Hanehalkı, Dijital Teknolojiler, Hane Geliri, Kantil Regresyon.



HOUSEHOLD DIGITAL TECHNOLOGY AND HOUSEHOLD INCOME

Behice CANATAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9588-386X

Gökhan ÖZBİLGE

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9060-091X

Egemen İPEK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1365-0526

ABSTRACT

Digital technologies are a crucial element in accessing and operating on digital platforms in a changing and evolving age. Possession of these technologies encourages access and participation in many systems offered via the internet. Income is considered to be a driving force in accessing digital technologies and services and activities provided in this way. Because households with high-income levels can access digital technologies more easily than other income groups. For this reason, it is important how households at different income levels experience digital technologies. The study aims to examine which digital technologies are used for what purposes (e-government, e-commerce, e-skills, job search or job application, education, etc.) depending on different income levels. In this direction, the quantile regression method is used, which allows for to evaluation of whether household digital technology changes according to different income levels, through the Micro Data Set of the Household Information and Communication Technology Usage of 2021 TUIK. In this way, it will be possible to access information about which variables are the main drivers of digital technology adoption in low-income households.

Keywords: Household, Digital Technologies, Household Income, Quantile Regression.



DIJİTAL EKONOMİ LİTERATÜRÜ ÜZERİNE BİLİMETRİK BİR ANALİZ

Özlem İPEK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3711-3258

ÖZET

Bilgi teknolojisi ile iletişimin büyümesi toplumlarda ve ekonomilerde değişime neden olmaktadır. Dijital ekonomi son yıllarda öncelikli kalkınma alanlarından biri olarak küresel ekonominin ve farklı ülke ekonomilerinin gelişimine büyük katkı sağlamaktadır. Gelecekte küresel eğilimleri belirleyecek olan dijital ekonominin gelişiminin araştırılması alanda çalışma yapacak potansiyel araştırmacılar için önem arz etmektedir. Bu bağlamda, bu çalışma bilimetrik analiz yöntemini kullanarak dijital ekonomi alanındaki çalışmalara ilişkin bilgiler sunmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, Web of Science ve Scopus bibliyografik veri tabanlarında yer alan “dijital ekonomi” ve “dijitalleşme” anahtar kelimelerini içeren toplamda 1501 akademik yayın scientometrik analiz ile incelenmiştir. Analizde çalışmalara ilişkin alanda en çok yayın yapan yazarlar, yazarların yayın büyüme oranları, yazarların iş birliği ağı, yazar atıf ağı, en üretken ülke ve kurumlar, kaynak ve eser etki ağları, yayın indeks bilgileri, anahtar kelimeler büyüme oranları gibi bilgiler elde edilmiştir. Sonuçlara göre, alana en çok katkı yapan ilk üç ülke sırasıyla Rusya, Ukrayna ve Çin’dir. Dijital dönüşüm, dijital teknolojiler ve Endüstri 4.00 en sık kullanılan ilk üç anahtar kelime olup, dijital ekonomi alanında yapılan çalışmaların son yıllardaki ivmesi artmaktadır.

Anahtar Kelimeler: dijital ekonomi, dijitalleşme, bibliyografi, bilimetrik analiz



A SCIENTOMETRIC ANALYSIS ON LITERATURE OF DIGITAL ECONOMY

Özlem İPEK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3711-3258

ABSTRACT

The growth of communications with information technologies causes changes in societies and economies. In recent years, the digital economy, as one of the priority development areas, has made a great contribution to the development of the global economy and the economies of different countries. Researching the development of the digital economy, which will determine global trends in the future, is significant for potential researchers in the field. In this context, this study aims to provide information on studies in the digital economy by using the scientometric analysis method. For this purpose, 1501 academic publications with the keywords “digital economy” and “digitalization” in the Web of Science and Scopus bibliographic databases have been analyzed. In the analysis, findings such as the top publisher authors in the field, the publication growth rates of the authors, the cooperation network of the authors, the author citation network, the most productive countries and institutions, the source and publication impact networks, publication index information, and keyword growth rates have been obtained. According to findings, Russian Federation, Ukraine, and China, are the top three contributors to the literature. Digital transformation, digital technologies and Industry 4.00 are the top three most frequently used keywords. In addition, the growth rate of studies in the field of the digital economy has been increasing in recent years.

Keywords: digital economy, digitalization, bibliography, scientometric analysis



YENİLENEBİLİR ENERJİ KULLANIMI VE EKONOMİK BÜYÜMENİN SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİK KALKINMAYA ETKİSİ: G7 ÜLKELERİ ÜZERİNE PANEL EŞBÜTÜNLEŞME ANALİZİ

İrfan ERSİN

İstanbul Medipol Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7407-3654

ÖZET

Küreselleşmenin etkisiyle dünya ekonomisinde günden günde üretim ve talepte artışlar meydana gelmekte ve bu durum enerjiye olan talebi artırmaktadır. Enerji talebinin artması da yenilemez enerji kaynaklarını azaltırken, yenilemez enerji kaynaklarının olumsuz çevresel etkileri de gelecek yaşamı etkilemektedir. Bu sebeple çevreye duyarlı bir kalkınma anlamına gelen sürdürülebilir kalkınma kavramı dünyada ön plana çıkmıştır. Sürdürülebilir kalkınma için enerji kullanımında yenilenebilir enerji kaynaklarının üretimi ve tüketimi önem kazanmıştır. Bu çalışmanın amacı gelişmiş ülkelerde yenilenebilir enerji kullanımı ve ekonomik büyümenin ekonomik kalkınmaya etkisini incelemektir. Bu çerçevede G7 ülkeleri (Amerika, İngiltere, Kanada, Japonya, Almanya, Fransa ve İtalya) için 1990-2019 dönemini kapsayan bir panel veri analizi uygulanmıştır. Panel veri analizi için insani kalkınma endeksi, elektrik tüketiminde yenilenebilir enerji payı ve ekonomik büyüme değişkenleri kullanılmıştır. Panel veri analizi için yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik testi uygulanmıştır. Söz konusu testlerde yatay kesit bağımlılığının var olduğu ve katsayıların homojen olduğu anlaşılmıştır. Bu testlerden sonra değişkenler, ikinci nesil birim kök testi olan CIPS testine tabi tutulmuştur. Homojenlik sonucu ve birim kök test sonuçları dikkate alınarak çalışmada Panel ARDL testinden faydalanılmıştır. Ayrıca uzun dönem katsayılar için FMOLS ve DOLS testleri uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, G7 ülkeleri için uzun dönemde yenilenebilir enerji kullanımı ile ekonomik kalkınma arasında negatif bir ilişki tespit edilirken, ekonomik büyüme ile ekonomik kalkınma arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Kısa dönem sonuçlarında da yenilenebilir enerji kullanımı ve ekonomik kalkınma arasında pozitif bir ilişkiye rastlanmıştır. Analiz sonuçlarında yenilenebilir enerji kullanımı için uzun dönem negatif bir ilişkinin çıkmasında, yenilenebilir enerji maliyetlerinin yüksek oluşu ve bu durumun ekonomik maliyetleri artırdığı tahmin edilmektedir. Yenilenebilir enerji maliyetlerini azaltacak ekonomi politikalarının uygulanması, uzun dönem sonuçlarını etkileyeceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Kalkınma, Yenilenebilir Enerji, Ekonomik Büyüme



THE EFFECT OF RENEWABLE ENERGY USE AND ECONOMIC GROWTH ON SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT: A PANEL COINTEGRATION ANALYSIS ON G7 COUNTRIES

İrfan ERSİN

İstanbul Medipol Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7407-3654

ABSTRACT

With the effect of globalization, there is an increase in production and demand in the world economy day by day, and this situation increases the energy demand. While the rise in energy demand reduces non-renewable energy sources, the adverse environmental effects of non-renewable energy sources also affect future life. For this reason, the concept of sustainable development, which means an environmentally conscious development, has come to the fore in the world. The production and consumption of renewable energy sources have gained importance in the use of energy for sustainable development. This study aims to examine the effects of renewable energy use and economic growth on economic development in developed countries. In this context, a panel data analysis covering the period 1990-2019 was applied to the G7 countries (USA, England, Canada, Japan, Germany, France, and Italy). The human development index, the share of renewable energy in electricity consumption, and economic growth variables were used for panel data analysis. For panel data analysis, cross-section dependence and homogeneity tests were applied. In the tests in question, it was understood that there was a cross-section dependency, and the coefficients were homogeneous. After these tests, the variables were subjected to the CIPS test, which is the second generation unit root test. Panel ARDL test was used in the study considering the homogeneity result and unit root test results. In addition, FMOLS and DOLS tests were applied for long-term coefficients. According to the results of the analysis, a negative relationship was found between the use of renewable energy and economic development in the long term for the G7 countries. In the short-term results, a positive relationship was found between the use of renewable energy and economic development. In contrast, a positive relationship was found between economic growth and economic development. In the results of the analysis, it is estimated that the reason for a long-term negative association for the use of renewable energy is the high costs of renewable energy, and this situation increases the economic costs. It is thought that the implementation of economic



policies that will reduce renewable energy costs will affect the long-term results.

Keywords: Sustainable Development, Renewable Energy, Economic Growth



HANEHALKI İNTERNET KULLANIMI İLE ENERJİ YOKSULLUĞU İLİŞKİSİ: TÜRKİYE'DEN KANITLAR

Özlem İPEK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3711-3258

ÖZET

Bilgi ve iletişim teknolojisinin hızlı gelişimi, temel bir sosyal dönüşümü teşvik etmekle birlikte insanların günlük yaşamını büyük ölçüde etkilemektedir. Söz konusu teknolojiler modern toplumun gelişmesi için vazgeçilmez bir kaynak haline gelmesine karşın nüfusun önemli bir kısmı bilgi toplumundan nispeten veya tamamen dışlandığı için dijital eşitsizlikler de ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan dijital bölünme sosyal eşitsizlikle yakından bağlantılı olup, ekonomik ve yapısal faktörler internet erişimini ve kullanımını büyük ölçüde etkilemektedir. Önceki çalışmalarda, sosyoekonomik ve demografik faktörlerin yanı sıra yoksulluk ve dijital bölünme arasındaki ilişki sosyal eşitsizlik üzerinden araştırılsa da, internet kullanımı ile yakından ilişkili olabilecek enerji yoksulluğu ihmal edilmiştir. Bu çalışma, Türkiye’de yerleşik hanehalkları için enerji yoksulluğunun internet kullanımı üzerindeki etkilerini Türkiye İstatistik Kurumu 2018 Gelir ve Yaşam Memnuniyet Anketi verileri üzerinden logit model ile araştırmaktadır. Çalışmada enerji yoksulluğu ile internet kullanımı arasındaki direkt ilişki ortaya konulmuş olup, enerji yoksulluğunun internet kullanımını negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, haneye ait hanehalkı geliri, yaş, eğitim durumu, cinsiyet, çalışma durumu gibi sosyo-ekonomik değişkenler ile internet kullanımı arasındaki ilişkiler tahmin edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Enerji yoksulluğu, dijital bölünme, internet kullanımı, logit model



THE NEXUS BETWEEN HOUSEHOLD INTERNET USE AND ENERGY POVERTY: EVIDENCE FROM TURKEY

Özlem İPEK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3711-3258

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology has affected people's daily lives and caused a fundamental social transformation. Although these technologies have become an indispensable resource for the development of modern society, digital inequalities arise where a significant part of the population is relatively or completely excluded from the information society. This digital divide is closely linked to social inequality, and economic and structural factors greatly influence internet access and use. In the previous studies, although the relationship between poverty and the digital divide as well as socioeconomic and demographic factors has been investigated through social inequality, energy poverty, which may be closely related to internet use, has been neglected. This study investigates the effects of energy poverty on internet usage for resident households in Turkey with the Logit model through the Turkish Statistical Institute 2018 Income and Life Satisfaction Survey data. In the study, the direct relationship between energy poverty and internet use has been revealed, and it has been determined that energy poverty affects internet use negatively. In addition, the relationship between household socio-economic variables such as household income, age, education level, gender, employment status, and internet use have also been estimated.

Keywords: Energy poverty, digital divide, internet use, logit model



SEÇİLİ HİZMET SEKTÖRLERİNİN ULUSLARARASI PAZARLARA AÇILMA ESNEKLİKLERİ

Dilan ÖZDEMİR

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1390-5162

ÖZET

Üretimin uluslararası ölçekte yapıldığı, ticaretin ise ulusal ve uluslararası firmalar aracılığı ile gerçekleştirildiği dünya ekonomisinde ülkelerin uluslararası rekabet gücü elde edebilmeleri konusunda mal ticareti kadar hizmet ticareti de önem arz etmektedir. Özellikle bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ülke ekonomilerinde hizmet sektörünün önemini artırmıştır. Türkiye’de hizmet sektörü ihracata dayalı büyüme stratejileri kapsamında gelişme imkanı bulmuştur. Bu açıdan bakıldığında 2020 yılı sonunda hizmet sektörü toplam istihdamın %56,2’sini ve GSYİH’nın ise %61’ini oluşturmuştur. Ampirik literatür incelendiğinde Türkiye hizmet ihracatı üzerine yapılan çalışmaların mal ihracatına odaklanan çalışmalara kıyasla kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle hizmet sektörünün uluslararası piyasalara yönelme esnekliklerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Literatürde firmaların uluslararası pazarlara açılma esneklikleri ikame ilişkisine dayanmaktadır. Söz konusu ikame ilişkisi ise olası bir ekonomik şok karşısında firmaların satışlarını farklı piyasalara yönlendirebilmesi ile açıklanmaktadır. Çalışmaya ulaştırma ve depolama, konaklama ve yiyecek hizmetleri, insan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri ve eğitim sektörleri dahil edilecektir. İlgili sektörlerle ve bu sektörlerin muhasebe kayıtlarına TCMB (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası) veri tabanında bulunan sektör bilançolarından erişim sağlanacaktır. Uluslararası piyasalara yönelme esnekliğinin tespiti için kullanılan ekonometrik modele sektörlerin karlılık oranları, cari oranları, sektörde faaliyet gösteren firma sayıları, sektörlerin yurtiçi satışları ve yurtdışı satışları dahil edilecektir. Veriler ise panel veri analizi ile 2009-2020 yıllarını kapsayacak şekilde PPML (Poisson Pseudo-Maximum Likelihood Estimation) tahmincisi kullanılarak analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet ticareti, uluslararası pazarlara giriş, PPML



FLEXIBILITY OF THE SELECTED SERVICE SECTORS TO GET INTO INTERNATIONAL MARKETS

Dilan ÖZDEMİR

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1390-5162

ABSTRACT

In the world economy, where production is carried out on an international scale and trade is carried out through national and international companies, service trade is as important as merchandise trade for countries to achieve international competitiveness. Especially the developments in information technologies have increased the importance of the service sector in national economies. The service sector in Turkey has found the opportunity to develop together with the export-based growth strategies. From this perspective, the service sector accounted for 56.2% of total employment and 61% of GDP at the end of 2020. When the empirical literature is examined, it is seen that the studies on Turkey's service exports are numerically insufficient compared to the studies focused on the export of goods. For this reason, it is important to determine the flexibility of the service sector towards international markets. In the literature, the flexibility of companies to get into the international markets is based on the substitution relationship. The mentioned substitution relationship is explained the ability of companies to direct their sales to different markets in a possible economic shock. The sectors of transportation and storage, accommodation and food services, human health and social work activities, and education are included to the study. The relevant sectors and their accounting records are accessed from the sector balance sheets in the TCMB (CBRT) (Central Bank of the Republic of Turkey) database. The profitability ratios and current ratios of the sectors, the number of companies operating in the sector, domestic sales and foreign sales of the sectors are included in the econometric model that is utilized to determine the flexibility of orienting to international markets. The data is analyzed with panel data analysis covering the years 2009-2020 through using the PPML (Poisson Pseudo-Maximum Likelihood Estimation) estimator.

Keywords: Service sector, access of international markets, PPML



ENDÜSTRİYEL METAL FİYATLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Safa KOCADEMİR

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4572-258X

Fatih KAPLAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-7417-1126

ÖZET

Altın, alüminyum, bakır, demir, gümüş, kalay ve çinko vb. emtia olan endüstriyel metaller, imalat sanayii başta olmak üzere pek çok sektörde ara girdi olarak kullanılmaktadır. Söz konusu bu emtialar üretici ülkeler için önemli bir gelir kaynağı, tüketici ülkeler için ise iktisadi faaliyetler açısından önemli bir üretim unsurudur. Bu bağlamda endüstriyel metal fiyat hareketlerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı endüstriyel metal fiyat hareketlerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda uluslararası pazarda en çok kullanılan yedi endüstriyel metal (Altın, alüminyum, bakır, demir, gümüş, kalay ve çinko) 1990:01-2021:11 dönemi aylık verilerinin kullanılarak analiz yapılmıştır. Endüstriyel metal fiyatları arasındaki fiyat hareketliliği VAR temelli varyans ayrıştırması yapılarak fiyatlarında ki değişmeyi etkileyen önemli metal tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda kendi fiyatını en iyi belirleyen metal altın iken diğer metallerin fiyat hareketlerini en iyi açıklayan gümüş metali olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Endüstriyel metaller, Emtia Fiyatları , Zaman Serisi Analizi



A STUDY ON INDUSTRIAL METAL PRICES

Safa KOCADEMİR

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4572-258X

Fatih KAPLAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-7417-1126

ABSTRACT

Gold, aluminum, copper, iron, silver, tin and zinc etc. Industrial metals, which are commodities, are used as intermediate inputs in many sectors, especially in the manufacturing industry. These commodities (Gold, aluminum, copper, iron, silver, tin and zinc) are an important source of income for producer countries and an important production element for consumer countries in terms of economic activities. In this context, it is important to examine the industrial metal price movements. The aim of this study is to examine the industrial metal price movements. For this purpose, the most used industrial metals in the international market were analyzed using monthly data for the period 1990:01-2021:11. The variance decomposition of the price mobility between industrial metal prices based on VAR has been made and the most important metal affecting the change in prices has been determined. As a result of the analysis, it was observed that the metal that best determined its own price was gold, while the one that best explained the price movements of other metals was silver.

Keywords: Industrial metals, Commodity Prices, Time Series Analysis



TÜRKİYE'DE KAMU VE ÖZEL SEKTÖR AÇISINDAN MEVCUT SAATTEN DAHA FAZLA ÇALIŞMA

Gökhan ÖZBİLGE

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9060-091X

Behice CANATAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9588-386X

Egemen İPEK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1365-0526

ÖZET

İşgücü içerisinde yer alan her birey bir emek arzı eğrisi oluşturur. İktisat teorisi bağlamında bu eğri bireyin ücret ve çalışma süresi arasında yaptığı seçimin bir izdüşümüdür. Bu açıdan emek arz eğrisi bireyin gelir, boş zaman ve çalışma saatleri arasındaki tercihleriyle aşağı veya yukarı, işgücü piyasa koşullarıyla ve kişisel tercihleriyle sağa veya sola hareket edebilir. Fakat birey boş zaman yerine ikame edilen çalışma saatleriyle artan geliri harcamak için tekrar boş zamana ihtiyaç duyduğunda, emek arz eğrisi terse dönecektir. Özellikle gelir ve ikame etkilerinin netliği belirsizken bireylerin hangi işgücü piyasası koşullarında emeklerini arz etmeye niyetli olduklarının tespit edilmesi gerekir. Bu durum özellikle hem çalışma sürelerinin ortalamasının üzerinde olduğu hem de kamu-özel sektör bağlamında olmak üzere sektörel faktörlerin emek arzı açısından belirleyici olabildiği bir örneklem için önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı Türkiye'de kamu ve özel sektör açısından mevcut saatten daha fazla çalışmayı etkileyen faktörleri incelemektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada TÜİK verileri kullanılarak 2012 yılı Hanehalkı İşgücü Anketi için logit model yardımıyla analiz yapılmıştır. Çalışmadan elde edilen en önemli bulgu, sektörler arasında mevcut saatten daha fazla çalışma isteğinin, sosyal güvenceye sahip olma faktörü ile ayrıştığıdır. Bununla beraber ilgili değişkenin, diğer faktörler tarafından farklı boyutlarda olsa da aynı yönde etkilendiği anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Emek Arzı, İşgücü Piyasa Koşulları, Fazla Çalışma, Logit Model, Kamu ve Özel Sektör



WORKING MORE THAN THE CURRENT HOURS IN TURKEY FOR THE PUBLIC-PRIVATE SECTOR

Gökhan ÖZBİLGE

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9060-091X

Behice CANATAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9588-386X

Egemen İPEK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1365-0526

ABSTRACT

Each individual in the labor force creates a labor supply curve. In the context of economic theory, this curve is a projection of the individual's choice between wages and working hours. In this respect, the labor supply curve can move up or down with the individual's preferences between income, leisure, and working hours, and to the right or left with labor market conditions and personal preferences. But the labor supply curve will invert when the individual needs leisure time again to spend the income increased by the working hours substituted for leisure time. Especially when the clarity of income and substitution effects is unclear, it is necessary to determine under which labor market conditions individuals intend to supply their labor. This is especially important for a sample where both working hours are above the average and sectoral factors can be determinative in terms of labor supply, especially in the context of the public-private sector. In this context, the study aims to examine the factors affecting working more than the current hour in terms of the public and private sectors in Turkey. The most important finding is that the status of having social security affects the willingness to work more than the current hours in different ways in the public and private sectors. For this purpose, analysis is used with the help of logit model for 2012 Household Labor Force Survey by using TUIK data. The most important finding obtained from the study is that the wish to work more than the current hour among sectors is differentiated by the factor of having social security. However, the related variable is understood that other factors are affected in the same direction although in different dimensions.

Keywords: Labour Supply, Labor Market Conditions, Overtime, Logit Model, Public and Private Sector



E7 ÜLKELERİNDE ELEKTRİK TÜKETİMİ, EKONOMİK BÜYÜME, BİT VE CO2 EMİSYONU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN EKONOMETRİK ANALİZİ

Rümeysa UÇAROĞLU

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8990-5855

Sinem EYÜBOĞLU

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3525-9173

ÖZET

Günümüzde teknoloji uluslararası rekabetin belirleyici unsuru haline gelmiştir. Üretken, sosyal ve ekonomik bir dönüşümün sonucu olarak bilgi toplumu ortaya çıkmış ve Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin (BİT) baskın olduğu yeni bir ekonomik paradigma oluşturmuştur. Bu çalışmada E7 ülkeleri için BİT penetrasyonu, elektrik tüketimi, ekonomik büyüme ve çevre kirliliği arasındaki ilişki incelenmektedir. 1994-2018 dönemi yıllık verilerinin kullanıldığı çalışmada örneklem genelinde yatay kesit bağımlılığının varlığını değerlendirmek için dört Kesitsel Bağımlılık (CD) testi yapılmıştır. Sonrasında değişkenler arasında uzun dönem ilişki olup olmadığını tespit etmek için Westerlund (2008) eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Değişkenlerin eşbütünleşme katsayıları ise CCE-MG (Common Correlated Effects Mean Group) tahmincileri ile tahmin edilmiştir. Son olarak değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testi ile ortaya konulmuştur. Sonuçlar değişkenler arasında eşbütünleşme olduğunu göstermiştir. Dumitrescu- Hurlin panel nedensellik testi sonuçları ise, karbondioksit emisyonu ve internet penetrasyonundan ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik olduğunu, internet penetrasyonu ile kentsel nüfus arasında ise çift yönlü nedensellik olduğunu ortaya koymaktadır. CCE-MG sonuçları %1'lik ekonomik büyümenin elektrik tüketiminde % 23'lük bir artışa neden olduğunu göstermektedir. E7 ülkelerinde, gelir politikaları geliştirilirken yeşil BİT projelerine ve yeni teknolojilerin ve bunlarla ilgili altyapıların daha verimli hale getirilmesine önem verilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi ve İletişim Teknolojisi, Elektrik Tüketimi, Ekonomik Büyüme, CO2 Emisyonu, E7 Ülkeleri



ECONOMETRIC ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ELECTRICITY CONSUMPTION, ECONOMIC GROWTH, ICT AND CO2 EMISSIONS IN E7 COUNTRIES

Rümeysa UÇAROĞLU

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8990-5855

Sinem EYÜBOĞLU

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3525-9173

ABSTRACT

Today, technology has become the determining factor of international competition. As a result of a productive, social and economic transformation, the information society has emerged and created a new economic paradigm in which Information and Communication Technologies (ICT) is dominant. In this study, the relationship between ICT penetration, electricity consumption, economic growth and environmental pollution for E7 countries is examined. In the study, in which annual data for the period 1994-2018 were used, four Cross-sectional Dependency (CD) tests were conducted to evaluate the presence of cross-sectional dependence throughout the sample. Afterwards, Westerlund (2008) cointegration test was applied to determine whether there is a long-term relationship between the variables. The cointegration coefficients of the variables were estimated with CCE-MG (Common Correlated Effects Mean Group) estimators. Finally, the causality relationship between the variables was revealed by Dumitrescu and Hurlin (2012) panel causality test. The results showed that there is cointegration among the variables. The Dumitrescu-Hurlin panel causality test results reveal that there is unidirectional causality from carbon dioxide emissions and internet penetration to economic growth, and bidirectional causality between internet penetration and urban population. CCE-MG results show that 1% economic growth causes a 23% increase in electricity consumption. In E7 countries, importance should be given to green ICT projects and making new technologies and related infrastructures more efficient while developing income policies.

Keywords: Information and Communication Technology, Electricity Consumption, Economic Growth, CO2 Emission, E7 Countries



THE EFFECT OF RANDOM CONSUMER DEMAND ON MANUFACTURER AND RETAILER DECISIONS

Ümmühan AKBAY

Işık Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8679-4117

ABSTRACT

Case studies and laboratory experiments have revealed that supply chain decisions made by humans do not conform to the expectations of supply chain management theory. In this study we conduct experiments on a manufacturer-retailer supply chain faced with random consumer demand for a perishable product. We consider three contract types; namely wholesale price contract, buyback contract and revenue sharing contract. In this setting the manufacturer determines the contract parameters, and the retailer decides on the stock quantity. Our experiments are based on single-decision-maker setting where only one of the firms is represented by a human subject and the other firm is represented by a computer making optimal decisions. We aim to understand the effect of the random nature of the consumer demand on the decisions of the manufacturer and the retailer. Specifically, we study the effect of the realized consumer demand being less or more than the stock quantity. We also compare manufacturer and retailer decisions in terms of various decision heuristics such as demand chasing, mean anchoring, and minimizing ex-post inventory error.

Keywords: Supply Chain Management, Newsvendor Model, Behavioral Operations, Decision Analysis,



ALTIN, DÖVİZ VE TÜRK LİRASI MEVDUATLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ: TÜRKİYE ÜZERİNE BİR İNCELEME

Abdulkadir Sezai EMEÇ

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0312-8555

ÖZET

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), 13 Temmuz 2022 tarihinde “altın ve döviz hesaplarından Türk lirası mevduat ve katılma hesaplarına dönüşümün desteklenmesi için bir tebliği yayımlamıştır. Söz konusu bu tebliğ ile yurt içi yerleşik gerçek kişilerin altın ve döviz cinsinden mevduat ve katılım fonu hesaplarının Türk lirası vadeli mevduat ve katılma hesaplarına dönüştürülmesinin teşvik edilmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, altın mevduatı, döviz mevduatı ve Türk lirası mevduatı arasındaki nedensellik ilişkisini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda 2017:01-2021:12 dönemine ait aylık veriler kullanılmıştır. Yapılan frekans alanı nedensellik testi sonucunda kısa ve orta dönemde döviz mevduatlarından Türk lirası mevduatına doğru bir nedensellik, altın mevduatından Türk lirası mevduatına doğru ise sadece uzun dönemde bir nedensellik olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre yurt içi yerleşik gerçek kişilerin mevduat bozurma alışkanlıkları farklılaşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Altın, Döviz, Türk Lirası, Mevduat, Zaman Serisi Analizi



THE RELATIONSHIP BETWEEN GOLD, FOREIGN EXCHANGE AND TURKISH LIRA DEPOSITS: A STUDY ON TURKEY

Abdulkadir Sezai EMEÇ

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0312-8555

ABSTRACT

The Central Bank of the Republic of Turkey (CBRT) published a communiqué on 13 July 2022 to support the conversion from gold and foreign currency accounts to Turkish lira deposit and participation accounts. With this communiqué, it is aimed to encourage the conversion of gold and foreign currency deposit and participation fund accounts of resident real persons into Turkish lira time deposit and participation accounts. In this context, the aim of the study is to determine the causality relationship between gold deposits, foreign currency deposits and Turkish lira deposits. For this purpose, monthly data for the period 2017:01-2021:12 were used. As a result of the frequency domain causality test, it has been determined that there is causality from foreign currency deposits to Turkish lira deposits in the short and medium term, and causality only in the long term from gold deposits to Turkish lira deposits. According to these results, the deposit exchange habits of domestic real persons differ.

Keywords: Gold, Currency, Turkish Lira, Deposit, Time Series Analysis



KRİZ SONRASI DÖNEMLERDE ALTIN FİYATLARINA YENİDEN BAKIŞ

Abdulkadir Sezai EMEÇ

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0312-8555

ÖZET

Bu çalışmanın amacı kriz sonrası dönemlerde altın fiyat davranışını uzun dönemde incelemektir. Bu amaç doğrultusunda 1990:01-2021:12 dönemini kapsayan veriler 1990:1-2000:03 (dot-com krizi), 2003:2008:7 (Finansal kriz) ve 2008:07-2020:03 (Covid 19) alt dönemlerinde ele alınmaktadır. Çalışmada yöntem olarak yapısal vektör otoregresif regresyon modeli (Structural Vector Autoregression-VAR) kullanılmıştır. Bağımlı değişken olarak uluslararası altın fiyatları, model değişkenleri olarak FED faiz oranı ve ABD enflasyon oranı aylık verileri kullanılmıştır. Serilere birim kök testi uygulanmış ve düzey değerlerinin birim kök içermediği tespit edilmiştir. Tahmin sonuçlarına göre değişkenler arasında negatif yönlü (doğrudan) bir ikame ilişkisi (yaklaşık % 3,1 civarında) bulunmaktadır. FED faiz oranının enflasyon kanalı ile altın fiyatlarını dolaylı olarak etkileme gücü (yaklaşık % 1,7) oldukça zayıftır.

Anahtar Kelimeler: Altın Fiyatları, Finansal Kriz, Pandemi, Zaman Serisi Analizi



A REVISION OF GOLD PRICES IN THE POST-CRISIS PERIODS

Abdulkadir Sezai EMEÇ

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0312-8555

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the long-term behavior of gold prices in the post-crisis periods. For this purpose, the data covering the period 1990:01-2021:12 are in the sub-periods 1990:1-2000:03 (dot-com crisis), 2003:2008:7 (Financial crisis) and 2008:07-2020:03 (Covid 19). is addressed. In the study, the structural vector autoregressive regression model (Structural Vector Autoregression-VAR) was used as a method. International gold prices were used as the dependent variable, the FED interest rate and the US inflation rate monthly data were used as the model variables. Unit root test was applied to the series and it was determined that the level values do not contain unit root. According to the estimation results, there is a negative (direct) substitution relationship (around 3.1%) between the variables. The power of the FED interest rate to indirectly affect gold prices through the inflation channel (about 1.7%) is quite weak.

Keywords: Gold Prices, Financial Crisis, Pandemic, Time Series Analysis



SEKTÖR REEL EFEKTİF DÖVİZ KUR ENDEKSLERİNDE YAKINSAMA VAR MI?

Fatih KAPLAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-7417-1126

Ahmet KOLUMAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6157-3051

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Türkiye imalat sanayi için hesaplanan sektörel reel efektif döviz kuru endeksinin, Merkez Bankası tarafından hesaplanan reel efektif döviz kuru endeksine yakınsamasını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda ISIC Rev.4 Düzey 2 sınıflandırmasına göre 21 sektöre ait 2006-2019 yıllarını kapsayan veriler ile TCMB tarafından hesaplanan reel efektif döviz kur endeksi kullanılmıştır. Yapılan ekonometrik analizde panel seriler arasında yatay kesit bağımlılığının varlığı Breusch ve Pagan (1980) ve Pesaran (2004) testleriyle incelenmiş ve yatay kesit bağımlılığının olduğu tespit edilmiştir. Yatay kesit bağımlılığı sorunlarına duyarlı olan Breuer vd. (2001) tarafından önerilen SURADF birim kök testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda 11 sektör için hesaplanan sektörel reel efektif döviz kuru endeksinin Merkez Bankası tarafından hesaplanan reel efektif döviz kur endeksine yakınsamanın olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İmalat Sanayi, Reel Efektif Döviz Kuru, Zaman Serisi Analizi



IS THERE A CONVERGENCE IN THE SECTORAL REAL EFFECTIVE EXCHANGE RATE INDEXES?

Fatih KAPLAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-7417-1126

Ahmet KOLUMAN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6157-3051

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the convergence of the sectoral real effective exchange rate index calculated for the Turkish manufacturing industry to the real effective exchange rate index calculated by the Central Bank. For this purpose, data from 21 sectors covering the years 2006-2019 according to ISIC Rev.4 Level 2 classification and the real effective exchange rate index calculated by the CBRT were used. In the econometric analysis, the existence of cross-section dependence between the panel series was examined with the Breusch and Pagan (1980) and Pesaran (2004) tests and it was determined that there was a cross-section dependence. The SURADF unit root test proposed by Breuer et al. (2001), which is sensitive to cross-sectional dependence problems, was performed. As a result of the analysis, it was determined that the sectoral real effective exchange rate index calculated for 11 sectors converged to the real effective exchange rate index calculated by the Central Bank.

Keywords: Manufacturing Industry, Real Effective Exchange Rate, Time Series Analysis



TÜRKİYE’NİN KONUT PİYASASI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Ali Rıza AKTAŞ

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-4964-7334

ÖZET

Son yıllarda Türkiye’ de konut piyasasında yüksek fiyat artışları gözlenmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’ deki konut piyasasını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada 2015M01-2021M08 dönemine ait aylık veriler kullanılmıştır. Konut fiyat endeksi, yurtdışında yaşayanlara yapılan konut satışı/yurt dışında yaşayanların yurtiçi için konut satınalmı, reel döviz kuru ve inşaat maliyetleri değişken olarak kullanılmıştır. Analize ait veriler T.C. Merkez Bankası Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi’nden (EVDS) ve Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) veri tabanından alınmıştır. Kwiatkowski, Phillips, Schmidt ve Shin tarafından geliştirilen KPSS Testi (KPSS, 1992), Peter C. B. Phillips ve Pierre Perron tarafından geliştirilen P-P Testi (1988) ve Graham Elliot, Thomas J. Rothenberg ve James H. Stock (1996) tarafından geliştirilen Dickey-Fuller tabanlı DF-GLS Testi ile birim kökün varlığı araştırılmıştır. Ayrıca, Pesaran ve Shin (1998) tarafından önerilen genelleştirilmiş etki tepki fonksiyonları, genelleştirilmiş etki tepki fonksiyonlarından hareketle hesaplanan genelleştirilmiş varyans ayrıştırması analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Konut Fiyat Endeksi değişkeni de meydana gelen şokların kısa sürede kalıcı olduğu ve Konut Fiyat Endeksi değişkenindeki değişimleri belirleyen en önemli faktörün yine kendisinin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İmalat Sanayi, Reel Efektif Döviz Kuru, Zaman Serisi Analizi



AN EVALUATION OF TURKEY'S HOUSING MARKET

Ali Rıza AKTAŞ

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4964-7334

ABSTRACT

In recent years, high price increases have been observed in the housing market in Turkey. The aim of this study is to examine the housing market in Turkey. For this purpose, monthly data for the period 2015M01-2021M08 were used in the study. Housing price index, sales of houses to residents in the country / purchases of houses for those living abroad, real exchange rate and construction costs are used as variables. Data belonging to the analysis T.C. Retrieved from the Central Bank of the Republic of Turkey Electronic Data Distribution System (EVDS) and the database of the Turkish Statistical Institute (TUIK). KPSS Test developed by Kwiatkowski, Phillips, Schmidt and Shin (KPSS, 1992), P-P Test developed by Peter C. B. Phillips and Pierre Perron (1988), and Dickey-P test developed by Graham Elliot, Thomas J. Rothenberg and James H. Stock (1996). The presence of unit root was investigated with the Fuller-based DF-GLS Test. In addition, generalized decomposition analysis of variance calculated from generalized impulse-response functions and generalized impulse-response functions proposed by Pesaran and Shin (1998) was performed. As a result of the analysis, it has been determined that the shocks in the Housing Price Index variable are permanent in a short time and the most important factor determining the changes in the Housing Price Index variable is itself.

Keywords: Manufacturing Industry, Real Effect Exchange Rate, Time Series Analysis



CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR EXPORT TRADE FACILITATION PRACTICES IN ETHIOPIA AND SINGLE WINDOW SYSTEM

Ousman Mohammed YIMAM

Ondokuz Mayıs University

ORC-ID: 0000-0002-3985-8675

ABSTRACT

The purpose of the study is to assess the export sector related challenges and opportunities in the current trade facilitation practices of Ethiopia. Both quantitative and qualitative research approach was implemented. Besides, a descriptive research design was used for this study through primary data collection methods. Respondents were selected using proportional, simple random, and purposive sampling techniques. Both closed ended questionnaires and semi-structured interviews were developed. Descriptive analysis was employed to analyses the data collected through questionnaire and qualitative analysis (content based) was employed to analyze the interview results. The findings of this study confirmed that the current Ethiopian trade facilitation practice has good governance system and fees and charges required to process export related documents are found insignificant. On the contrary, it found that, there is in shortage of adequate export related information and published materials, document requirements are difficult to process and traditional (paper based), and there is weak internal cooperation between the business community and the facilitating government institutions which in turn makes processing and collecting of export related documents very challenging and bureaucratic that takes long time to clear an export item and export related regulations and procedures volatile, complex, unintelligible, and difficult to implement. In addition, they are not effectively using those ample opportunities created in the country due to the problem of information gap, lack of effective knowledge, lack of effective follow-ups and some rent seeking behaviors. To this end, the researcher has recommended two basic ways to come up with the solutions for upper mentioned problems: (1) establishing one separate export facilitating institution and (2) developing an electronic single window system.

Keywords: Trade Facilitation, Trade Facilitation Indicators, Export



KRİPTO PARALAR, GELENEKSEL FİNANSAL YATIRIM ARAÇLARINA KARŞI GÜÇLÜ BİR ALTERNATİF OLABİLİR Mİ?

Cansu GÜVEN

Necmettin Erbakan Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-7490-2184

ÖZET

Günümüz dünyası, bilinen insanlık tarihinde görülmemiş hızlarda “bilimsel ve teknolojik” gelişmelerin yaşandığı dönemlere tanıklık etmektedir. Hızla gerçekleşen bu gelişmeler, hemen her alanda dünya toplumlarına sirayet ederek; başta ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasi olmak üzere birçok açıdan köklü değişimlere yol açabilmektedir. Bu değişimden nasiplenerek yenilikçiliğe itilen bir alan da, temelleri bilgisayar teknolojisine dayanan yeni bir finans piyasası oluşumuyla karşımıza çıkan “kripto para piyasası” olmuştur. İlk olarak 2008 yılında bir takma ad altında gizlenen (Satoshi Nakamoto) kişi/kişiler/organizasyon tarafından yayınlanan “*Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*” adlı makaleyle kripto para piyasası doğmuştur. Çeşitli şifreleme algoritmalarıyla daha güvenli, daha hızlı ve ülke yönetimlerinden bağımsız olarak, finansal hareketlerin bireyler arasında (peer to peer) gerçekleştirilebilmesine imkan sağlayacak, güvenilir bir sistem olarak tanıtılmıştır. Böylelikle finansal serbestinin neredeyse tamamen piyasa koşullarına bırakılabileceği öne sürülerek, ilk üretilen kripto para olan “Bitcoin” ortaya çıkmıştır. 2021 yıl sonu cari fiyatlarına göre küresel hasıla (96,100,091,004,541 US \$) içerisinde, kripto para piyasasının toplam değeri % 2.06 gibi bir oranla (2,621,000,000,000 US \$) ciddi boyutlara ulaşmıştır. Dolayısıyla kripto paraların piyasa değerindeki hızlı artışla birlikte, literatürde bir yandan küresel piyasada varlığını hissettiren bu yeni sisteme ilişkin çeşitli sorulara cevap arayışları yoğunlukla sürerken; diğer yandan da sert dalgalanmalar gösteren piyasadaki kar-zarar ve risk düzeyi araştırılarak, geleneksel finansal araçlarla kıyaslanmaktadır. Bu bağlamda çalışmada “*Kripto Paralar, Geleneksel Finansal Yatırım Araçlarına Karşı Güçlü Bir Alternatif Olabilir Mi?*” başlığı altında, risk, kar ve zarar bağlamında literatürde yapılmış çalışma çıktılarının araştırılarak ortak paydada değerlendirilmesi yöntemiyle, kripto para piyasasının yatırımcılar açısından geleneksel finansal araçlara karşı gelecek vaad edip/etmediğine ilişkin çıkarım/bulgular elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kripto para, geleneksel yatırım araçları, risk ve getiri



CAN CRYPTO COINS BE A STRONG ALTERNATIVE TO TRADITIONAL FINANCIAL INVESTMENTS?

Cansu GÜVEN

Necmettin Erbakan Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-7490-2184

ABSTRACT

Today's world is witnessing periods of "scientific and technological" improving at unprecedented speeds in known human history. These rapid developments spread to the world societies in almost every field and lead to radical changes in many aspects, especially in economic, socio-cultural and political aspects. Another area that was driven to innovation by taking advantage of this change was the "crypto money market", which emerged with the formation of a new financial market based on computer technology. The cryptocurrency market was born with the article "Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System", first published by the under the pseudonym Satoshi Nakamoto (person/persons/organization) in 2008. It has been introduced as a reliable system that will enable financial transactions to be carried out between individuals (peer-to-peer) with various encryption algorithms, safer, faster and independent of country governments. Thus, it was claimed that financial freedom could be left almost entirely to market conditions, and the first crypto money "Bitcoin" emerged. According to 2021 year-end current prices, the total value of the crypto money market has reached serious dimensions with a rate of 2.06% (2,621,000,000,000 US\$) within the global product (96,100,091,004,541 US\$). Therefore, with the rapid increase in the market value of cryptocurrencies, the search for answers to various questions regarding this new system, which makes its presence felt in the global market, continues in the literature; on the other hand, the profit-loss and risk level in the market, which shows sharp fluctuations, is investigated and compared with traditional financial instruments. In this context, in the study "Can Cryptocurrencies Be A Strong Alternative To Traditional Financial Investment Instruments?" under the heading, it is aimed to obtain inferences / findings about whether the crypto money market is promising against traditional financial instruments for investors by researching and evaluating the work outputs in the literature in the context of risk, profit and loss.

Keywords: Crypto money, traditional investment tools, risk and return



LABORATUVAR DENEYLERİ VE KÜLTÜREL FARKLAR

Burak Kağan DEMİRTAŞ

Abdullah Gül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9477-8128

Abdullah DOĞAN

Abdullah Gül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2581-023X

ÖZET

İktisat alanında deneysel yöntemlerin kullanımının mümkün olmadığı düşüncesi uzunca bir süre iktisatçılar arasında hâkim düşünce olmuştur. Bunun arkasında yatan sebep olarak da iktisadi olay ve davranışların çok fazla çevresel etki içermesi ve laboratuvar gibi kontrollü bir ortamda çalışılması ihtimalinin olmaması olarak açıklanmaktadır. Ancak 1940'lı yıllardan itibaren iktisatta kontrollü deneylerin kullanılmaya başlandığı ve gittikçe de daha fazla kullanıldığı görülmektedir. Kontrollü laboratuvar deneylerinin en önemli avantajlarından bir tanesi tekrarlanabilir olmalarıdır. Diğer bir deyişle, bir deneysel ekonomi laboratuvarında yürütülen deney başka bir ülkedeki laboratuvarında da aynı şekilde ya da bazı değişiklikler yapılarak yürütülebilmekte ve çalışmalardan elde edilen sonuçların ne kadar sağlam ve genellenebilir olduğunu anlamaya imkân vermektedir. Bu çalışmanın amacı laboratuvar deneylerinden elde edilen sonuçlarda kültürel farklılıkların etkisi olup olmadığını tartışmak ve deneysel ekonomi alanında Türkçe yazına katkı sağlamaktır. Bunun için laboratuvar deneylerinde sıklıkla kullanılan ultimatòm oyunu, kamu malları oyunu ve güven oyununa dayalı deneysel çalışmalar üzerine yazın incelenerek kültür farklılıklarının sonuçlar üzerindeki etkileri tartışılmaktadır. Çalışma, kültürün laboratuvar deneylerinden elde edilen sonuçlar üzerinde etkili olduğu bulgusuna ulaşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Laboratuvar deneyleri, deneysel ekonomi, ultimatòm oyunu, kamusal mallar oyunu, güven oyunu.



LABORATORY EXPERIMENTS AND CULTURAL DIFFERENCES

Burak Kağan DEMİRTAŞ

Abdullah Gül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9477-8128

Abdullah DOĞAN

Abdullah Gül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2581-023X

ABSTRACT

For a long time, the idea that it is not possible to use experimental methods in economics has been the dominant thought among economists. The reasoning was that economic events and behaviors depend on the context and the absence of the possibility of studying economic phenomena in a controlled environment such as a laboratory. Starting from the 1940s, controlled experiments have started to be used in economics and became more prevalent in time. One of the most important advantages of controlled laboratory experiments is that they are replicable. In other words, the experiment carried out in an experimental economics laboratory can be carried out in a laboratory in another country with the same setup or some changes, and it allows us to understand how robust and generalizable the results obtained from the studies are. The aim of this study is to discuss whether cultural differences have an effect on the results obtained from laboratory experiments and to contribute to the literature in the field of experimental economics in Turkish language. Thus, the effects of cultural differences on the experiment results are discussed by examining the literature on experimental studies based on ultimatum game, public goods game and trust game, which are frequently used in laboratory experiments. The study finds that culture has an impact on the experimental results.

Keywords: Laboratory experiments, experimental economics, ultimatum game, public goods game, trust game



TÜRKİYE’DE SOSYAL KORUMA HARCAMALARI EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ¹

Nesrin AKBULUT

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1460-0950

Aykut BAŞOĞLU

Karadeniz Teknik Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2071-6829

ÖZET

Kamu sektörü çeşitli sosyal ve ekonomik amaçlara ulaşmak için bütçesi vasıtasıyla harcamalar yapmaktadır. Bu harcamalardan biri fonksiyonel bütçe sınıflandırması içerisinde yer alan sosyal koruma harcamalarıdır. Sosyal koruma harcamaları, kişilere ve hanehalkına yapılan aynı veya nakdi yardımlar ile kolektif hizmetler için yapılan giderleri içermektedir. Bu harcamalar ile dezavantajlı grupların sosyoekonomik riskleri bertaraf edilerek gelir eşitsizliğinin azaltılması, yoksulluğun giderilmesi, bireylere asgari yaşam standartlarının sunulması, sürdürülebilir büyümenin desteklenmesi gibi çeşitli amaçlar güdülmektedir. Özellikle ekonomik daralma ve kriz dönemlerinde bireylerin gelir seviyelerini ve mevcut yaşam standartlarını sürdürmelerine olanak tanıyan bu harcamaların ekonomik büyümeyi olumlu etkilediğini öne süren görüşler yanında olumsuz etkilediğini iddia eden görüşlerde mevcuttur. Diğer yandan ekonomi geliştikçe diğer harcamalar yanında sosyal koruma harcamaları da bu gelişmeden etkilenmektedir. Bu çerçevede çalışmanın amacı sosyal koruma harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri ortaya koyarak Wagner ve Keynesyen hipotezleri çerçevesinde değerlendirmektir. 2006:1-2021:4 dönemini kapsayan çalışmada Engel-Granger eşbütünleşme testinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular değişkenlerin eşbütünleşik olduğu yönündedir. Eşbütünleşme denkleminde elde edilen sonuçlara göre değişkenler uzun dönemde birbirlerini pozitif etkilemektedir. Bununla birlikte sosyal koruma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi ekonomik büyümenin sosyal koruma harcamaları üzerindeki etkisinden daha küçüktür. Değişkenlere ait hata düzeltme katsayıları negatif, sıfır ile bir arasında ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu sonuç kısa dönemde yaşanan dengesizliklerin uzun dönemde giderildiğini göstermektedir.

[1] 23.06.2022 tarihinde sunulan “Türkiye’de Kamu Harcamaları ve Bileşenleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: 2006:1-2021:4 Dönemi” başlıklı yüksek lisans tezinden esinlenilmiştir.



Hata düzeltme modeline dayalı nedensellik sonuçlarına göre değişkenler arasında çift yönlü nedensellik tespit edilmiştir. Buna göre sosyal koruma harcamaları özelinde Wagner ve Keynesyen hipotezleri geçerlidir. Ekonomik büyüme, değişen ve gelişen ekonomik ve toplumsal yapıda sosyal devlet olma fonksiyonu gereği sosyal koruma harcamalarını artırmaktadır. Sosyal koruma harcamaları ise beşeri sermayenin gelişimine katkıda bulunma, verimliliği artırma, bireyleri sosyal ve ekonomik risklere karşı koruma, gelirin yeniden dağılımını sağlama gibi fonksiyonlarıyla toplam talep ve toplam arz üzerinden ekonomik büyümeye katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Koruma Harcamaları, Ekonomik Büyüme, Wagner ve Keynesyen Hipotezler



THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL PROTECTION EXPENDITURES AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY

Nesrin AKBULUT

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1460-0950

Aykut BAŞOĞLU

Karadeniz Teknik Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2071-6829

ABSTRACT

The public sector makes expenditures through its budget to achieve various social and economic goals. One of these expenditures is the social protection expenditures included in the functional budget classification. Social protection expenditures include benefits in kind or in cash to individuals and households, and expenditures for collective services. With these expenditures, various objectives such as reducing income inequality, eliminating poverty, providing minimum living standards to individuals, supporting sustainable growth are pursued by eliminating the socioeconomic risks of disadvantaged groups. There are opinions claiming that these expenditures, which allow individuals to maintain their income levels and current living standards, especially during periods of economic contraction and crisis, have a positive effect on economic growth, as well as opinions claiming that they have a negative effect. On the other hand, as the economy develops, social protection expenditures, as well as other expenditures, are affected by this development. In this context, the aim of the study is to reveal the relationships between social protection expenditures and economic growth and to evaluate them within the framework of Wagner and Keynesian hypotheses. In the study covering the period 2006:1-2021:4, the Engel-Granger cointegration test was used. The findings are that the variables are cointegrated. According to the results obtained from the cointegration equation, the variables affect each other positively in the long run. However, the effect of social protection expenditures on economic growth is smaller than the effect of economic growth on social protection expenditures. Error correction coefficients of the variables are negative, between zero and one, and statistically significant. This result shows that the short run imbalances are eliminated in the long run. According to the causality results based on the error correction model, bidirectional causality was determined between the variables. Accordingly, Wagner and Keynesian hypotheses



are valid for social protection expenditures. Economic growth increases the social protection expenditures due to the function of being a social state in the changing and developing economic and social structure. Social protection expenditures, on the other hand, contribute to economic growth through total demand and total supply, with functions such as contributing to the development of human capital, increasing productivity, protecting individuals against social and economic risks, and ensuring the redistribution of income.

Keywords: Social Protection Expenditures, Economic Growth, Wagner and Keynesian Hypotheses



DENETİMDE AKILLI SÜREÇ OTOMASYONU

Ulukan BÜYÜKARIKAN

Afyon Kocatepe Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1539-7157

Birkan BÜYÜKARIKAN

Selçuk Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9703-9678

ÖZET

Yapay Zekâ teknolojisinin kullanımının günümüzde yaygınlaşmasıyla birlikte iş hayatında önemli gelişmeler meydana gelmiştir. Bu gelişmelerden biri olan Akıllı Süreç Otomasyonu (IPA) esnek ve akıllı otomasyon sistemlerinden biri olan Yapay Zekâ (AI) ve diğer gelişmekte olan teknolojileri birleştirerek denetim mesleğinin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Denetim mesleğinin temel amacı finansal tablolardan elde edilen bilgiler hakkında kalite ve güvence sağlamaktır. IPA mimarisine dayalı bir denetim mimarisi Robotik Süreç Otomasyonu (RPA) ve AI gibi teknolojilerin birleşiminden yararlanabilmektedir. Bu teknolojilerden: AI; bilgisayarların insan zekâsı gerektiren görevleri yaparken, RPA ise; rutin görevleri insan etkenini azaltarak gerçekleştirmek için kullanılmaktadır. Çalışmanın amacı denetim mesleğinde IPA'nın faydalarını inceleyerek denetim faaliyetlerindeki teknolojik gelişmelerle ilgili literatürdeki mevcut boşluğa katkıda bulunmaktadır. IPA, RPA ve AI teknolojilerini bir araya getirmektedir. Dolayısıyla esnek ve akıllı hizmet otomasyonu elde etmek için organize bir biçimde geliştirilmiş teknolojileri bünyesinde barındırmaktadır. Bu teknoloji sahip olduğu teknolojik bileşenler vasıtasıyla denetimin etkinliği ve verimliliğinde önemli kolaylıklar sağlamaktadır. IPA, bu yönüyle denetçilerin becerileri üzerinde olumlu bir etki oluşturarak denetim kalitesinin ve finansal raporlamadaki şeffaflığın artırılmasına katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Denetim, yapay zekâ, ıpa, akıllı süreç otomasyonu, robotik süreç otomasyonu



INTELLIGENT PROCESS AUTOMATION IN AUDIT

Ulukan BÜYÜKARIKAN

Afyon Kocatepe Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1539-7157

Birkan BÜYÜKARIKAN

Selçuk Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9703-9678

ABSTRACT

With the widespread use of Artificial Intelligence technology today, significant developments have occurred in business life. Intelligent Process Automation (IPA), one of these developments, contributes to the development of the audit profession by combining Artificial Intelligence (AI), one of the flexible and intelligent automation systems, and other emerging technologies.

The primary purpose of the auditing profession is to provide quality and assurance about the information obtained from financial statements. A control architecture based on the IPA architecture can benefit from technologies such as Robotic Process Automation (RPA) and AI. These technologies include AI; While computers do tasks that require human intelligence, RPA; is used to perform routine tasks by reducing the human factor. The study aims to contribute to the existing gap in the literature regarding technological developments in audit activities by examining the benefits of IPA in the audit profession. It combines IPA, RPA, and AI technologies.

Therefore, it incorporates technologies developed in an organized manner to achieve flexible and intelligent service automation. This technology provides essential conveniences in the efficiency and productivity of the audit through its technological components. In this respect, IPA contributes to the improvement of audit quality and transparency in financial reporting by making a positive impact on the skills of auditors.

Keywords: Audit, artificial intelligence, ipa, intelligent process automation, robotic process automation



ÖZEL ÜRÜN BAĞLAMINDA ÜRETİCİ-PERAKENDECI İLİŞKİSİ

Faruk GÜVEN

Abdullah Gül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2440-585X

ÖZET

Üreticiler ile perakendecilerin pazara ürün sunma konusunda işbirliklerinin dışında kendi aralarında yıllar süregelen güç mücadelesi de mevcuttur. Bu önemli ilişki zincirinde pazarlamanın fiyatlama, promosyon, müşteri sadakati, ürün miktar ve çeşitliliği ve özel markalar gibi çok kritik alt alanlarına dair kararlar verilir. Özellikle perakendeciler özel markanın önemini gün geçtikçe daha çok anlamaya başlamış ve gelirlerinin yarıya yakın kısmını özel markalı ürünlerden elde etmişlerdir. Özel markalı ürünlerin stratejik önemini gelirlerinde de somut olarak gözlemleyen perakendeciler, sıradan ürünlerin dışında niteliği yüksek olan ürünleri de kendi markalarıyla pazara sunmaya başlamışlardır. Tüketicilerin perakendeciye olan güveni aynı perakendecinin özel markalı ürünlerini tercih etmesini sağlamaktadır. Özel markalı ürünler geleneksel al-sat yapan perakendeciye marka yönetmek gibi ciddi bir pazarlama faaliyetine sokmaktadır. Üretici-perakendeci güç ekseninde özel markalı ürünler perakendeci lehine bir durum oluşturmuştur. Literatürde bu konuda kısıtlı bir bilgi kümesi mevcuttur. Bu çalışmada özel markalı ürünler ele alınarak üretici-perakendeci ilişkisi pazarlama disiplini açısından ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: B2B, üretici-perakendeci ilişkisi, pazarlama kanalı, e-ticaret, özel marka



MANUFACTURER-RETAILER RELATIONSHIP IN THE CONTEXT OF PRIVATE LABEL

Faruk GÜVEN

Abdullah Gül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2440-585X

ABSTRACT

There has been a power struggle for years between manufacturers and retailers in addition to their strong collaboration in terms of introducing products to the market. At this important relationship chain, decisions are made regarding critical sub-areas of marketing such as pricing, promotion, customer loyalty, product quantity and variety, and private brands. Especially, retailers have started to understand the importance of private label more and more and they have obtained almost half of their income from private label products. Retailers, observing the strategic importance of private label products in their revenues, have started to offer products with high quality to the market under their own brands, apart from ordinary products. Consumers' trust in the retailer enables them to prefer private label products of the same retailer. Private label products involve the traditional retailer in a serious marketing activity such as brand management. In the producer-retailer power axis, private label products have created a situation in favor of the retailer. There is a limited set of information on this subject in the literature. In this study, private label products will be discussed and the producer-retailer relationship will be discussed in terms of marketing discipline.

Keywords: B2B, manufacturer-retailer relationship, marketing channel, e-commerce, private label



TÜRKİYE'NİN KÜRESEL İNOVASYON ENDEKSİ PUANLARINI TAHMİN ETMEDE ÖZNİTELİK SEÇİMİ ve YAPAY SİNİR AĞI YAKLAŞIMI

Rabia Sultan YILDIRIM

Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9281-9504

Murat OTURAKÇI

Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5946-3964

ÖZET

İnovasyon, günümüz ekonomisinin büyüme modellerini belirlemek için kritik öneme sahiptir. Hızla küreselleşen dünyada ve küresel rekabette, geniş bir ürün ve hizmet yelpazesinde yenilik yapan ülkeler ve şirketler ön plana çıkmaktadır. İnovasyonu yönetmenin yolu onu ölçmekten geçer. Bu nedenle ölçülebilir bilgiye sahip olmak için; Küresel İnovasyon Endeksi (GII), inovasyonun göstergeleri olan girdileri ve çıktıları tanımlar. GII, inovasyon potansiyellerine göre ülkelerin küresel bir sıralamasıdır. Bu sıralama WIPO (World Intellectual Property Organization), INSEAD (Institut Européen D'administration Des Affaires) ve Cornell Üniversitesi işbirliğinde birçok alt ve ana parametre dikkate alınarak hesaplanan bir puan sıralaması olarak yapılmaktadır. Bu çalışmada Türkiye' nin İnovasyon endeks skorunun daha az parametre kullanılarak tahminlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçtan yola çıkılarak, çalışmada, 2012-2021 yılları arasında Türkiye'nin Küresel İnovasyon Endeksi (GII) puanı yapay sinir ağı (YSA) kullanılarak tahmin edilmiştir. Tahmin öncesinde GII puanlarını belirleyen 79 genel gösterge parametresinden öznitelik seçimi yapılmıştır. GII puanını tanımlayan parametreler seçilmiş ve YSA'da kullanılmıştır. Tahmini GII puanlarına göre seçilen parametrelerin Türkiye'nin GII puanını hesaplamak için yeterli olduğu ve YSA modelinin Türkiye'nin yaklaşık GII puanını belirlemek için yeterli olduğu görülmektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre anahtar parametreleri ve bu parametrelere göre hesaplanan GII puanlarını kullanarak, inovasyon politikalarına yön veren ülkeler hedeflerinde daha etkili ilerleme kaydedecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küresel inovasyon indeksi; öznitelik seçimi; yapay sinir ağları



FEATURE SELECTION AND ARTIFICIAL NEURAL NETWORK APPROACH FOR PREDICTING GLOBAL INNOVATION INDEX SCORE OF TURKEY

Rabia Sultan YILDIRIM

Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9281-9504

Murat OTURAKÇI

Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5946-3964

ABSTRACT

Innovation is critical for determining the growth patterns of today's economy. In the rapidly globalizing world and global competition, countries and companies that innovate in a wide range of products and services come to the forefront. The way to manage innovation is to measure it. Therefore, to have measurable information; The Global Innovation Index (GII) identifies inputs and outputs that are indicators of innovation. The GII is a global ranking of countries according to their innovation potential. This ranking is performed in cooperation with WIPO (World Intellectual Property Organization), INSEAD (Institut Européen D'administration Des Affaires) and Cornell University as a score ranking calculated by considering many main and sub-parameters. In this study, it is aimed to estimate Turkey's Innovation index score using fewer parameters. Based on this purpose, Turkey's Global Innovation Index (GII) score between 2012-2021 was estimated using an artificial neural network (ANN) in this study. Before the estimation, feature selection was performed from 79 general indicator parameters that determine the GII scores. The parameters defining the GII score were selected and used in ANN. It is seen that the parameters selected according to the estimated GII scores are sufficient to calculate Turkey's GII score and the ANN model is sufficient to determine Turkey's approximate GII score. In addition, it has been concluded that by using the key parameters and the GII scores calculated according to these parameters, the countries that direct their innovation policies will make more effective progress in their targets.

Keywords: Global innovation index; feature selection; artificial neural network



TURİZM ALANINDA ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK BİR ARAŞTIRMA

Mahmut BAKIR

Samsun Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3898-4987

ÖZET

Günümüzde elektronik ağızdan ağıza iletişim, konaklama ve ulaştırma hizmetlerinde tüketicilerin satın alma kararları üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Dolayısıyla turizm alanında elektronik ağızdan ağıza iletişim üzerine kapsamlı bir anlayışa sahip olmak önem arz etmektedir. Bu çalışma, turizm alanında elektronik ağızdan ağıza iletişim konusunda yapılmış çalışmaları bibliyometrik yöntemle analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada bibliyometrik materyal Web of Science veritabanı üzerinden elde edilirken analizlerin gerçekleştirilmesinde R dilinde geliştirilen Bibliyometrix paketi kullanılmıştır. Sistematik bir analiz süreci gerçekleştirmek amacıyla PRISMA akış şeması takip edilmiştir. Yapılan analizler 2008-2021 aralığında 515 akademik yayını kapsamaktadır. Çalışmada literatürün yıllara göre gelişimi ve araştırma alanına katkı veren araştırma birimleri (yazar, akademik dergi, kurum, ülke) üretkenlik ve etki metrikleri yardımıyla incelenmiştir. Kelime bulutu ile öne çıkan terimler ortaya konulurken tematik harita ile araştırma alanına yön veren temalar tespit edilmiştir. Buna göre, temel temalar olarak çevrimiçi tüketici değerlendirmeleri öne çıkarken paylaşım ekonomisi ve memnuniyet geliştirmekte olan güçlü temalar olarak belirlenmiştir. Ayrıca eş birliktelik analizi kullanılarak alanda öne çıkan dört farklı araştırma teması belirlenmiştir. Bu çalışmanın ilgili konuda araştırmalar yürüten veya iyi bir başlangıç noktası belirlemek isteyen araştırmacılara yol göstermesi hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik ağızdan ağıza iletişim, turizm, bibliyometrik analiz, bibliyometrix, ewom



A BIBLIOMETRIC RESEARCH ON ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH IN TOURISM

Mahmut BAKIR

Samsun Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3898-4987

ABSTRACT

Today, electronic word-of-mouth (eWOM) has a substantial impact on consumers' decisions to purchase accommodation and transportation services. Therefore, it is essential to have a comprehensive understanding of eWOM in tourism. The purpose of this bibliometric study is to examine the research on electronic word-of-mouth communication in tourism. While obtaining bibliometric data from the Web of Science database for the study, the R-language Bibliometrix software was used for the analysis. Furthermore, the PRISMA flowchart was followed to perform a systematic analysis. The analysis included 515 scholarly publications published between 2008 and 2021. Using productivity and influence metrics, the study studied the evolution of the literature and the research units (author, academic journal, institution, nation) that contributed to the research field. While the word cloud provided the most prevalent terms, the thematic map revealed the themes that guide the body of knowledge on eWOM. Accordingly, while online customer evaluations emerged as the basic theme, the sharing economy and satisfaction were identified as motor themes. Moreover, co-occurrence analysis was employed to identify four distinct research themes that emerged as prominent in the field. This study aims to serve as a guide for anyone conducting research on the subject at hand or seeking a solid beginning point.

Keywords: Electronic word of mouth, tourism, bibliometric analysis, bibliometrix, ewom



ENDÜSTRİ 4.0 VE AKILLI İŞLETMELERDE MUHASEBE

Ayşe Nur BUYRUK AKBABA

Bitlis Eren Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4940-7138

Nurcan BULUT

Bitlis Eren Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8374-8350

ÖZET

Endüstri 4.0; endüstri devrimi, sanayi devrimi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu devrim, işgücünün makinelere dönüşmesinde katkı sağlamış ve bazı teknolojik değişimler söz konusu olmuştur. Büyük veri ve analiz, akıllı robotlar, artırılmış gerçeklik, simülasyon, 3D-eklemeli üretim, yatay/dikey yazılım entegrasyonu, bulut teknolojisi, nesnelerin interneti ve siber güvenlik endüstri 4.0'ın unsurları arasındadır. Endüstri 4.0 ile teknolojik değişimlerin bir çok alanda olduğu gibi muhasebe alanında da etkisi olmuştur. Endüstri 4.0'ın gelişmesi ve yaygınlaşması sonucunda işletmelerin stok, depolama, üretim, tedarik, lojistik, müşterilerle ilgili geri bildirim, raporlama ve denetim gibi bir çok faaliyet alanında gelişimler yaşanmıştır. Temelinde teknolojik dönüşümün, sanayi devriminin söz konusu olduğu akıllı işletmeler kavramının da endüstri 4.0'ın bir parçası olduğu söylenebilir. Akıllı kavramı, sanayi devrimi ile bir çok alanda teknolojik dönüşümü tanımlamak için kullanılmıştır. Akıllı işletme kavramı da bilgi çağında faaliyet gösteren teknolojik dönüşümün sağlandığı işletmeler için kullanılmaktadır. Akıllı işletmeler, geleneksel işletmelerden farklı olarak yüksek anlamlılığa sahip, yeniliği takip eden, teknolojiyi kullanan işletmelerdir. Bu çalışmada; Endüstri 4.0'ın muhasebe alanına etkisi, akıllı işletmelerin organizasyonel yapısı, muhasebe ile ilgili yapılan işlemlerin neler olabileceğinin araştırılarak konuya ilişkin bilgi sunulması amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmanın ilk bölümünde konuya ilişkin kavramsal bilgilere yer verilmiş, son bölümde ise akıllı işletmelerde söz konusu gelişimin işletmelere etkilerinin neler olduğuna dair yapılan araştırma ile ulaşılan sonuca yer verilmiştir. Günümüzdeki uygulamalar ile gelecekte uygulanabilecek gelişimlere ilişkin öneriler sunulmaya çalışılmıştır.

AnahtarKelimeler: İşletme, endüstri 4.0, akıllı işletmeler, muhasebe



INDUSTRY 4.0 AND ACCOUNTING IN SMART BUSINESS

Ayşe Nur BUYRUK AKBABA

Bitlis Eren Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4940-7138

Nurcan BULUT

Bitlis Eren Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8374-8350

ABSTRACT

Industry 4.0 is defined as the industrial revolution. This revolution, it contributed to the transformation of the workforce into machines and some technological changes were in question. Big data and analytics, smart robots, augmented reality, simulation, 3D-additive manufacturing, horizontal/vertical software integration, cloud technology, internet of things and cyber security are among the elements of industry 4.0. Industry 4.0 and technological changes have had an impact in the field of accounting, as in many other fields. As a result of the development and spread of Industry 4.0, there have been developments in many fields of activity such as stock, storage, production, supply, logistics, customer feedback, reporting and auditing. It can be said that the concept of smart enterprises, which is based on technological transformation and industrial revolution is also a part of industry 4.0. The concept of smart has been used to describe the technological transformation in many areas with the industrial revolution. The concept of smart business is also used for businesses operating in the information age, where technological transformation is provided. Smart businesses, unlike traditional businesses are high-significant businesses that follow innovation and use technology. In this study; it is aimed to provide information on the subject by investigating the effect of Industry 4.0 on the field of accounting, the organizational structure of smart enterprises and what the accounting-related transactions can be. For this purpose, in the first part of the study, conceptual information on the subject is given and in the last part, the conclusion reached by the research on the effects of the development in smart enterprises on the enterprises is given. Suggestions for current practices and future developments have been tried to be presented.

Keywords: Business, industry 4.0, smart business, accounting



DİJİTALLEŞMENİN SEKTÖRLERE GÖRE ETKİSİ, TÜRKİYE DİJİTAL DÖNÜŞÜM ENDEKSİNE YÖNELİK BİR İNCELEME

Nurcan BULUT

Bitlis Eren Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8374-8350

Ayşe Nur BUYRUK AKBABA

Bitlis Eren Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4940-7138

ÖZET

Dijitalleşme; hayatın birçok alanında, iletişim kurmada bazı yöntemleri değiştirmiş, teknoloji yoğun akıllı telefonlar, bilgisayarlar, akıllı cihazlar/uygulamalar gibi araçlarla bilgiye ulaşılmasını sağlamıştır. Dijitalleşme birçok farklı yenilikleri getirmiş, sosyal ve ekonomik alanlarda değişime neden olmuştur. Özellikle son dönemlerde, tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemi sürecinde de daha yaygın olarak dijital dönüşüm gerçekleşmiştir. Dijital dönüşüm endeksi, yapılan anketler ve bazı ülkelerden alınan verilerin analiz edilmesiyle oluşturulan bir rapordur. Dönüşüm, ekosistem, yeterlilik, kullanım gibi bazı bileşen ve boyuttan oluşmakta, Türkiye'nin dijitalleşme performansını göstermektedir. Dijital dönüşüm ile birçok alanda olduğu gibi sektörel olarak da etkisi görülmüştür. Bu çalışmada, dijitalleşmenin sektörlere göre etkisinin analiz edilmesi, dijital dönüşüm endeksine göre 2019, 2020 ve 2021 olmak üzere son üç yılın karşılaştırılması yapılarak, şuan ki durum hakkında bilgi sunulması amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmada, kavramsal bilgilere yer verilmiş, dijital dönüşüm endeksine ilişkin raporlar incelenmiş, karşılaştırmalı analiz yapılarak gelişim sağlanıp sağlanmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan inceleme ile son yıllarda genel olarak gelişim sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ulaşılan sonuca göre dijitalleşmenin sektörel etkilerine yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İşletme, dijitalleşme, sektörel etki, dijital dönüşüm endeksi



THE EFFECT OF DIGITALIZATION BY SECTOR, AN EXAMINATION ACCORDING TO TURKEY DIGITAL TRANSFORMATION INDEX

Nurcan BULUT

Bitlis Eren Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8374-8350

Ayşe Nur BUYRUK AKBABA

Bitlis Eren Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4940-7138

ABSTRACT

Digitalization has also changed some methods of communicating in many areas of life, enabling access to information with technology-intensive smart phones, computers, smart devices/applications. Digitalization has brought many different innovations and caused changes in social and economic fields. Especially recently, digital transformation has taken place more widely during the Covid-19 pandemic which has affected the whole world. The digital transformation index is a report created by analyzing the surveys and data from some countries. It consists of some components and dimensions such as transformation, ecosystem, competence, use and shows Turkey's digitalization performance. With the digital transformation, it has had a sectoral impact as in many areas. In this study, it is aimed to analyze the effect of digitalization according to sectors and to provide information about the current situation by comparing the last three years, 2019, 2020 and 2021, according to the digital transformation index. For this purpose, conceptual information has been included in the study, reports on the digital transformation index have been examined and it has been tried to determine whether progress has been made by making a comparative analysis. With the research, it has been concluded that there has been a general improvement in recent years. According to the result suggestions for the sectoral effects of digitalization have presented.

Keywords: Business, digitalization, sectoral impact, digital transformation index



KORONAVİRÜS PANDEMİSİNDE TÜRKİYE’DE SAYISAL UÇURUM

Cem GÜRLER

Yalova Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5127-6726

ÖZET

Sayısal uçurum, modern bilgi ve iletişim teknolojisine (BİT) erişimi olan bölgeler ile erişimi olmayan veya kısıtlı erişimi olan bölgeler arasındaki adaletsizliği belirtmek için kullanılan bir terimdir. Bir başka ifadeyle sayısal uçurum BİT kullanma ve faydalanma açısından yaşanan eşitsizlikleri ifade etmektedir. Mevcut çalışmada, İBBS-1 düzeyinde bölgeler arasında sayısal uçurum olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Veri TÜİK’ten elde edilmiştir. Sayısal uçurumu İBBS-1 düzeyinde değerlendirmek için genişbant bağlantı, sabit genişbant bağlantı, mobil genişbant bağlantı, bireylerin internet kullanım oranı ve hanelerde internet erişimi değişkenleri kullanılmıştır. 2020 yılı için tüm değişkenlerde ve 2021 yılında mobil genişbant bağlantı hariç tüm değişkenlerde en iyi performansı İstanbul bölgesi göstermektedir. 2021 yılında mobil genişbant bağlantı değişkeninde en iyi performansı Güneydoğu Anadolu Bölgesi göstermiştir. Çalışmada, çok boyutlu ölçekleme analizi kullanılarak, sayısal uçurum kapsamında bölgelerin nasıl konumlandıkları incelenmiştir. 2020 yılı için birbirlerine en fazla benzeyen bölgeler Doğu Marmara ile Ege Bölgeleridir. Ayrıca Batı Karadeniz ve Batı Marmara Bölgeleri, diğer bölgelere göre oldukça farklı konumlanmışlardır. 2021 yılında ise en benzer bölgeler Doğu Marmara ile Batı Anadolu Bölgeleri, Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi diğer bölgelerden farklı konumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sayısal uçurum, İBBS-1, çok boyutlu ölçekleme



DIGITAL DIVIDE IN TURKEY DURING THE CORONAVIRUS PANDEMIC

Cem GÜRLER

Yalova Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5127-6726

ABSTRACT

The digital divide is a term used to denote the inequity between regions with access to modern information and communication technology (ICT) and regions with no or limited access. In other words, the digital divide refers to the inequalities experienced in terms of using and benefiting from ICT. In the current study, it is aimed to determine whether there is a digital gap between regions at the NUTS-1 level. The data was obtained from TURKSTAT. Broadband connection, fixed broadband connection, mobile broadband connection, internet usage rate of individuals and internet access in households variables were used to evaluate the digital divide at the NUTS-1 level. Istanbul region shows the best performance in all variables for 2020 and in all variables except mobile broadband connection in 2021. In 2021, the Southeastern Anatolia Region showed the best performance in the mobile broadband connection variable. In the study, how the regions are positioned within the scope of the digital divide has been examined by using multidimensional scaling analysis. The regions most similar to each other for 2020 are East Marmara and Aegean Regions. In addition, the Western Black Sea and Western Marmara Regions are located quite differently from other regions. In 2021, the most similar regions are East Marmara and West Anatolian Regions, while the Northeast Anatolia Region is positioned differently from other regions.

Keywords: Digital divide, NUTS-1, multidimensional scaling



MARKET MARKALI ÜRÜNLERİ TERCİH ETMEDE ETKİLİ OLAN UNSURLAR

Yağmur EREN

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9860-670X

Halil İbrahim ŞENGÜN

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3933-787X

ÖZET

İndirim mağazaları (A101, Bim, Şok) tüketicilerin son zamanlarda sıklıkla tercih ettikleri mağazalardır. Bu mağazaların kendi isimleriyle raflarında ön planda yer verdikleri market markalı ürünler piyasada yerini almış ve ulusal markalar ile ihtiyaç düzeyi, kalite ve fiyat bakımından yarışır hale gelmiştir. Market markalı ürünler ile tüketicilere daha fazla ürün çeşitliliği sunulurken, tüketicilerin market markalı ürünü sunan mağazayı tercih etmeleri sağlanmış ve böylece kar marjları artırılmıştır.

Bu çalışma, perakende tüketicilerinin market markalı ürünleri tercih etmelerinde etkili olan unsurların incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında Diyarbakır ilinde yaşayan 404 tüketiciye çevrimiçi anket yöntemi uygulanarak market markalı ürünlerin tercih sebepleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Anket verileri IBM SPSS paket programı kullanılarak güvenilirlik, t Testi ve tek yönlü varyans analizleri ile test edilmiştir. Çalışma neticesinde market markalı ürünler ile demografik faktörler (yaş, cinsiyet, medeni durum, meslek) ve markete gidiş sıklığı faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Fakat market markalı ürünlerin tercihi ile aylık gelir, evde yaşayan kişi sayısı ve enflasyon faktörleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Perakendecilik, indirim mağazacılığı, market markalı ürün, işletme



ELEMENTS EFFECTIVE TO PREFER MARKET-BRANDED PRODUCTS

Yağmur EREN

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9860-670X

Halil İbrahim ŞENGÜN

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3933-787X

ABSTRACT

Discount stores (A101, Bim, Şok) are the stores that consumers frequently prefer recently. Market branded products, which these stores put on their shelves with their own names, took their place in the market and competed with national brands in terms of need level, quality and price. By offering more product variety to consumers with market-branded products, consumers were encouraged to prefer the store that offers market-branded products, thus increasing their profit margins.

This study was carried out to examine the factors that affect retail consumers' preference for market branded products. Within the scope of the study, the reasons for preference of market branded products were tried to be determined by applying the online survey method to 404 consumers living in Diyarbakır. Questionnaire data were tested with reliability, t-Test and one-way analysis of variance using IBM SPSS package program. As a result of the study, a significant difference was found between market branded products and demographic factors (age, gender, marital status, occupation) and frequency of going to the market. However, no significant difference was found between the preference of market brand products and monthly income, number of people living at home and inflation factors.

Keywords: Retailing, discount merchandising, market branded product, business.



KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK STRATEJİLERİNİN ÇALIŞANLARIN İŞTEN AYRILMA NİYETİNE ETKİSİ

Ayşe Gözde İYİCİL

Ufuk Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2386-1025

ÖZET

Her geçen gün daha kritik ve karmaşık hale gelen etkileşenler işletmelerden Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) faaliyetlerine katılmalarını ve bu tür çabalar hakkında iletişimi kendileri ile kurmalarını talep etmektedir. Bu talep, işletmelerin dijital KSS stratejilerini doğrudan yönlendirmektedir. Söz konusu bu etkileşenlerin başında çalışanlar gelmektedir. Buradan yola çıkarak bu çalışmanın genel amacı, işletme çalışanlarının dijital KSS stratejileri üzerine algılarını ortaya çıkarmak ve bu sonuca göre çalışanların işten ayrılma niyetlerini belirleyerek söz konusu bu iki değişken arasındaki muhtemel ilişkiyi ve de etkiyi belirlemektir. Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır: (i) İşletme çalışanlarının dijital KSS stratejileri algıları nasıldır? (ii) İşletme çalışanlarının dijital KSS stratejileri algıları işte kalma niyetlerini etkilemekte midir? Araştırmanın hipotezleri, soruları ve kısıtları ışığında araştırmanın evreni, Ankara ilinde bulunan özel sektör çalışanları olarak belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Yapılan faktör analizi ve regresyon analizi neticesinde, işletmelerin dijital KSS stratejileri ile çalışanların işten ayrılma niyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu, işletmenin KSS stratejilerinden ekonomik, yasal, ahlaki ve gönüllü sorumluluğunun işten ayrılma niyetini doğrudan etkilediği sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal sosyal sorumluluk, işten ayrılma niyeti, işletme stratejisi



THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPO SIBILITY STRATEGIES ON EMPLOYEES INTENTION TO QUIT

Ayşe Gözde İYİCİL

Ufuk Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2386-1025

ABSTRACT

Stakeholders, who are becoming more critical and complex day by day, demand businesses to participate in Corporate Social Responsibility (CSR) activities and to establish communication with them about such efforts. This demand directly guides the digital CSR strategies of businesses. Employees are at the forefront of these interactions. From this point of view, the general purpose of this study, is to reveal the perceptions of business employees on digital CSR strategies, and to determine the possible relationship and effect between these two variables by determining the employees' intention to quit. In line with this purpose, research questions were set as below; (i) What are the digital CSR perceptions of the employees? (ii) Do employees' digital CSR perceptions affect their intention to stay? In the light of the hypothesis, questions and limitations of the research, the universe of the research was determined as the private sector employees in Ankara city. The data used in the research were collected by questionnaire method. As a result of the factor analysis and regression analysis, it was concluded that there is a statistically significant relationship between the digital CSR strategies of the enterprises and turnover intention, and the economic, legal, moral and voluntary responsibility of the enterprise, which is one of the digital CSR strategies, directly affects the intention to quit.

Keywords: Corporate social responsibility, intention to quit, business strategy



TARIM İŞLETMELERİNDE TOPLUM 5.0'İN UYGULANMASINA YÖNELİK ÖNERİLER

Ethem TOPÇUOĞLU

Jandarma Genel Komutanlığı

ORC-ID: 0000-0003-3563-0566

ÖZET

Yapılan çalışma Toplum 5.0'in ortaya koyduğu fikir ve gelişmelerle ülkemizin gıda ihtiyacını ve ithalatını azaltmaya yönelik tarım işletmelerine öneriler sunmayı amaçlamaktadır. Toplum 5.0 kavramı Japonya'da yaşanan birçok olumsuzluğu ve eksikliği gidermek için ortaya konulan bir planlamadır. İlk defa Japonya'da 18 Aralık 2015 tarihinde 5. Bilim ve Teknoloji Temel Planı ile gündeme gelmiştir. Toplum 5.0 ile birlikte Japonya içinde bulunduğu istihdam, akıllı tarım, nüfus artışı, yaşlıların bakımı, alt ve üst yapı gibi sorunları çözümlenmeyi hedeflemektedir. Sorunların çözümü için yapay zeka, siber fiziksel sistemler, nesnelerin interneti, blok zinciri, bulut depolama, sensör teknolojisi, 3D-4D yazıcılar ön plana çıkmaktadır. Ülkemiz açısından bakıldığında Toplum 5.0 kavramı hem sosyal sorunların çözümü hemde üretim kabiliyetlerinin artışı açısından önemli bir örnek oluşturmaktadır. Akıllı tarım uygulamaları konusunda, örneğin ülkemizde ekim alanlarının kontrolü ile dijital olarak ihtiyaçlarının tespiti konusunda çok sınırlı girişimler bulunmaktadır. Genel olarak ülkemizde yapılan tarım sadece çiftçilerin inisiyatifine bırakılmakta ve atalardan kalma yöntemler ile tarımsal üretim devam ettirilmeye çalışılmaktadır. Çiftçiler hiçbir planlamaya dahil olmayan ürünleri üretmekte sonrasında ise uygun pazarı bulmakta ve müşteriye sunmakta sorunlar yaşamaktadır. Bu kapsamda yapılan çalışmada yapay zekanın kullanımı ile akıllı gübre dağıtımı, tarım ilaçlarının kontrolü, toprak analizi ile ilgili öneriler, iklime ve bölgeye özgü tohum seçimi, drone kullanımı ile birlikte ilaçlama ve gübreleme ihtiyacının tespiti literatürdeki eserler incelenerek değerlendirilecektir. Yapılan çalışmanın sonucunda ülkemizin en büyük sorunlarından biri olan gıda ihtiyacının akıllı bir yöntem ile çözümlenmesi tarım işletmelerinin ürün kapasitesi ve karlılığının artırılmasına yönelik öneriler yer alacaktır.

Anahtar Kelimeler: Toplum 5.0, tarım 5.0, tarım işletmeleri



RECOMMENDATIONS FOR IMPLEMENTING SOCIETY 5.0 IN AGRICULTURAL ENTERPRISES

Ethem TOPÇUOĞLU

Jandarma Genel Komutanlığı

ORC-ID: 0000-0003-3563-0566

ABSTRACT

The study aims to offer suggestions to agricultural enterprises to reduce the food needs and imports of our country with the ideas and developments of Society 5.0. The concept of Society 5.0 is a plan put forward to eliminate many negativities and deficiencies experienced in Japan. It was brought to the agenda for the first time in Japan on December 18, 2015 with the 5th Science and Technology Basic Plan. With Society 5.0, Japan aims to solve problems such as employment, smart agriculture, population growth, care of the elderly, infrastructure and superstructure. Artificial intelligence, cyber-physical systems, internet of things, blockchain, cloud storage, sensor technology, 3D-4D printers come to the fore for the solution of problems. From the perspective of our country, the concept of Society 5.0 constitutes an important example in terms of both the solution of social problems and the increase in production capabilities. In general, the agriculture in our country is left to the initiative of the farmers and agricultural production is tried to be continued with the methods inherited from the ancestors. Farmers produce products that are not included in any planning, and then have problems in finding the appropriate market and presenting them to the customer. In this context, the use of artificial intelligence, intelligent fertilizer distribution, control of pesticides, suggestions on soil analysis, climate and region-specific seed selection, the use of drones and the determination of the need for spraying and fertilization will be evaluated by examining the works in the literature. As a result of the study, there will be suggestions for solving the food need, which is one of the biggest problems of our country, with a rational method and increasing the product capacity and profitability of agricultural enterprises.

Keywords: Society 5.0, agriculture 5.0, agribusiness



DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE TARIMSAL KOOPERATİFLERİN KARŞILAŞTIĞI ZORLUKLAR

Abdulkadir FASAL

Tarım Kredi Kooperatifleri

ORC-ID: 0000-0002-6997-3236

ÖZET

Rekabetin ve değişimin yoğun olarak yaşandığı günümüz dijital çağında işletmelerin yeni dijital teknolojiler geliştirmesi ve bu teknolojileri hızlı bir şekilde uygulayabilmesi işletmeler için en önemli gerekliliklerden biridir. Tarımsal kooperatifler ülkeler açısından kritik öneme sahip tarım sektörünün desteklenmesine ve geliştirilmesine öncülük eden kuruluşlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda tarımsal kooperatiflerin ortakların ve diğer üreticilerin istek ve ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde cevap verebilmesi için dijital teknolojilerden faydalanarak dijital dönüşümü gerçekleştirmesi gerekmektedir. Fakat her yenilikte olduğu gibi dijital dönüşümün gerçekleştirilmesinde de bazı zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu çalışmada tarımsal kooperatiflerin dijital dönüşümü gerçekleştirirken karşılaştıkları zorlukların belirlenmesi amaçlanmış olup bu doğrultuda tarımsal kooperatiflerin bölge birliklerinde görev yapan on beş yönetici ile yapılandırılmış mülakatlar yapılmıştır. Çalışma sonucunda; özkaynakları yetersiz olan tarımsal kooperatiflerin donanım ve yazılım maliyetleri yüksek olan dijital teknolojileri yeterince kullanamaması, tarımsal amaçlı kooperatiflerin büyük çoğunluğunun kırsal kesimde yer almasından dolayı internet alt yapısının bu alanlarda yetersiz olması dolayısıyla dijital teknolojilerin etkin ve verimli şekilde kullanılamaması, tarımla uğraşan ortakların yaş ortalamasının yüksek olması ve bu nedenle kullanılacak dijital teknoloji araçlarına uzak olmaları, kurumda çalışma süresi fazla olup dijital teknoloji anlamında geride kalan çalışanların mevcut sistemin devam etmesine yönelik göstermiş olduğu direnç dijital dönüşümün uygulanmasında yaşanan güçlükler olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda tarımsal kooperatiflerin dijital teknolojilere yatırım yapması, dijital teknoloji araçlarının kullanımı konusunda çalışanlarına ve ortaklarına eğitimler vermesi sürdürülebilir bir yapıya kavuşması ve pazarda rekabet üstünlüğü elde edebilmesi bakımından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, kooperatifçilik, dijital kooperatifçilik



CHALLENGES FACE AGRICULTURAL COOPERATIVES IN DIGITAL TRANSFORMATION

Abdulkadir FASAL

Tarım Kredi Kooperatifleri

ORC-ID: 0000-0002-6997-3236

ABSTRACT

It is one of the most important requirements for businesses to develop new digital technologies and implement these technologies quickly in today's digital age, where competition and change are intense. Agricultural cooperatives are among the organizations that lead the support and development of the agricultural sector, which has critical importance for countries. In this context, agricultural cooperatives need to realize digital transformation by making use of digital technologies to respond quickly to the demands and needs of their partners and other producers. However, as in every innovation, some difficulties are encountered in the realization of digital transformation. In the present study, the purpose was to determine the difficulties faced by agricultural cooperatives when performing the digital transformation, and in this respect, structured interviews were conducted with fifteen managers who worked in the regional unions of agricultural cooperatives. As a result of the study, agricultural cooperatives that have insufficient resources cannot adequately use digital technologies with high hardware and software costs, the majority of agricultural cooperatives are located in rural areas, the internet infrastructure is insufficient in such areas, and therefore, digital technologies cannot be used effectively and efficiently, the average age of the agricultural partners is high, and for this reason, the resistance of employees who are far from digital technology tools to be used, who have longer working times in the institution and who are left behind in terms of digital technology, towards the continuation of the current system were determined as the difficulties faced in the implementation of digital transformation. In this context, agricultural cooperatives need to invest in digital technologies and provide training for their employees and partners on the use of digital technology tools to achieve a sustainable structure and gain a competitive advantage in the market.

Keywords: Digital transformation, cooperatives, digital cooperatives



2. EL ÇOCUK ÜRÜNLERİ KATEGORİSİNDE ALIMA ETKİ EDEN MOTİVASYONLAR VE ENGELLER

Fatma Özge BARUÖNÜ

Doğuş Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5533-775X

ÖZET

İkinci el ürün alışverişine olan talep son yıllarda ekonomik daralmalar, çevrecilik ve dönüşüm kültürünün artması ve teknolojik gelişmelerle C2C (müşteriden müşteriye satış) alışveriş platformlarının artmasıyla birlikte ivme kazanmıştır. İkinci el ürünlerde bir alt kategori olan çocuk ve bebek ürünleri satılmasında öne çıkan ve yetişkin kategorilerinden farklılaşan ana motivasyon öğelerinin araştırılması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. C2C platformlardan çocuk ve bebek eşyaları alımı yapan 25 ebeveyn ile yapılan derinlemesine mülakatlar sonucunda, bu kategoride gerçekleşen alışverişlerin temel motivasyonlarının, öncelikli olarak sınırlı bütçe ile daha çok ürün almak, ürünlerin yeniden satış değerinin yüksek olması ve ebeveynler arası empati dayanışma davranışı olduğu, ikinci sırada ise ekolojik bilinç olduğu görülmüştür. Yetişkin ürünlerinde temel motivasyonlardan biri olan rekreasyonel motivasyonların çocuk ve bebek ürünleri alımında rol almadığı görülmüştür. İkinci el alışverişten uzak durulmasına neden olan temel sebeplerden biri olan kirlilik algısı, çocuk ve bebek ürünlerinde bir engel olarak öne çıkmamıştır. Ancak replika ürün riski ve 2. el kullanımına ait zayıf imaj algısı bu kategoride de ebeveynlerin çekincelerinin nedenlerindedir. Söz konusu bulgulara dayanarak, C2C platformlarda satış yapmak isteyen ebeveynlerin ürün açıklaması, ürün fotoğrafları ve fiyatlama konularına özen göstererek ürünlerin yıpranma durumlarını ve yeniden satışa sunulabilme imkanlarını vurgulaması ve ürünün hikayesini alıcı adayıyla paylaşarak empati kurması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: 2.el, yeniden satış değeri, çocuk ve bebek ürünleri



MOTIVATIONS AND OBSTACLES AFFECTING BUYING OF 2nd HAND KID'S PRODUCTS

Fatma Özge BARUÖNÜ

Doğuş Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5533-775X

ABSTRACT

The demand for second-hand product shopping has gained momentum in recent years with the economic contractions, the increase in environmentalism and recycling culture, and the growth in the number of C2C (customer-to-customer sales) shopping platforms with technological developments. This study aims to investigate the main motivational factors that stand out and differentiate from adult categories in the purchase of kids and baby products, which is a substantial subcategory in the second-hand market. As a result of in-depth interviews with 25 parents who buy children and baby items on C2C platforms, the main motivations for shopping in this category are primarily to buy more products with a limited budget, the high resale value of the products, and the empathy and solidarity between parents. Ecological consciousness follows it in the second rank. It has been observed that recreational motivations, which is one of the main motivations for buying 2nd hand adult products, do not play a role in the purchase of kids and baby products. The perception of contamination, which is one of the main reasons for avoiding second-hand shopping in adult categories, has not come to the fore as an obstacle in kids and baby products. However, the risk of replica products and the poor image perception of second-hand usage are among the reasons for parents' hesitation in this category as well. Based on the aforementioned findings, it is suggested that parents who want to sell on C2C platforms should pay attention to the product description, product photos, and pricing, emphasize the wear and resale possibilities of the products, and empathize by sharing the story of the product with the buyers.

Keywords: 2nd hand shopping, resale value, baby and kids clothing category



YEŞİL PAZARLAMA ANLAYIŞINDA EKO-ETİKETLEME KONUSU ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK BİR ÇALIŞMA

Sakine ÇETİN

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-7668-999X

Yağmur EREN

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9860-670X

Halil İbrahim ŞENGÜN

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3933-787X

ÖZET

Yeşil pazarlama anlayışında şirketler daha fazla müşteri çekmek, daha sağlam bilgiler sağlamak ve pazarda rekabet edebilmek için, ürün ve hizmetleri ile ilgili sürekli artan miktarda marka ve özellik bilgisi sağlamaktadır. Bu kapsamda son yıllarda şirketler, piyasadaki rekabetçi konumlarını iyileştirmenin bir yolu olarak eko-etiketleme programlarını benimsediler. Eko-etiketleme, tüketicileri ürünün üretim sürecinin tanınmış çevre standartlarına uygun olduğunu fark ettirmek için farklı bir etiketle pazarlanması uygulamasıdır (Erskine ve Collins 1997; Chamorro ve Banegil 2006). Bu çalışmada ise yeşil pazarlama anlayışının önemli konularından olan eko-etiket konusu ile ilgili öncelikle literatür çalışması yapılmış konu hakkında literatürde geçen önemli bilgiler sunulmuştur. Daha sonra eko-etiket konusu bibliyometrik analiz çerçevesinde incelenmiştir. Bu araştırmanın amacı son yıllarda her alanda etkisi ve önemi ön plana çıkan eko etiket kavramı hakkında yapılan çalışmalara yönelik bibliyometrik bir analiz gerçekleştirmektir. Bu bağlamda geçmişte yapılan çalışmalara bakıldığında konu ile ilgili bibliyometrik bir çalışmaya rastlanmadığı için ilgili çalışmalar incelenmiştir. Araştırma alanı olarak Web Of Science veri tabanı seçilmiştir. Araştırma tarihi 1990-2022 yılları aralığını kapsamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil pazarlama anlayışı, çevre yönetim sistemleri, eko-etiket



A BIBLIOMETRIC STUDY ON ECO-LABELING IN GREEN MARKETING APPROACH

Sakine ÇETİN

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-7668-999X

Yağmur EREN

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9860-670X

Halil İbrahim ŞENGÜN

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3933-787X

ABSTRACT

In the green marketing approach, companies provide an ever-increasing amount of brand and feature information about their products and services in order to attract more customers, provide more robust information and compete in the market. In this context, in recent years companies have adopted eco-labeling programs as a way to improve their competitive position in the market. Eco-labeling is the practice of marketing the product with a different label to make consumers realize that the manufacturing process complies with recognized environmental standards (Erskine and Collins 1997; Chamorro and Banegil 2006). In this study, a literature study has been made about the eco-label issue, which is one of the important issues of green marketing understanding, and important information in the literature about the subject is presented. Then, the issue of eco-label was examined within the framework of bibliometric analysis. The aim of this research is to perform a bibliometric analysis of the studies on the concept of eco-label, which has come to the fore in every field in recent years. In this context, when we look at the studies done in the past, the relevant studies were examined since there was no bibliometric study on the subject. The Web of Science database was chosen as the research area. The research history covers the years 1990-2022.

Keywords: Green marketing approach, environmental management systems, eco-label



A CONCEPTUAL MODEL TO EXPLORE THE PATHS BETWEEN AI-ADOPTION LEVEL OF SERVICE FIRMS, CORPORATE BRAND IMAGE AND CUSTOMER SATISFACTION

Serap SARP

Abdullah Gül Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2560-4105

ABSTRACT

In the rapidly changing and competitive markets, service companies need to differentiate themselves from their competitors to gain a competitive advantage. Therefore, service firms are constantly focusing on building a strong image by improving service quality, customer value, customer satisfaction and loyalty. In recent years, the extensive usage of technology helps firms to expand their market and create a global brand image. AI technology adoption is becoming more common in many service industries such as hospitality, health, education, banking, communications, and restaurants. AI technology usage improves the customer experience and perception, so the firms need to revise their corporate brand image management accordingly. Therefore, it is necessary to explore the relationship between the AI adoption level of firms and their corporate brand image. By focusing on customer views, we will conduct literature review and confirm the relation between constructs. By reviewing the existing literature, this study aims to propose a new conceptual model to understand how the AI adoption level of firms influences the corporate brand image and customer satisfaction. The theoretical contribution of this study is to fulfil the gap in the corporate brand image literature by exploring the effect of the AI-adoption level of service firms and proposing a new conceptual model. The managerial implications of the study for practitioners are to shed light on how their AI-adoption level changes perceived corporate brand image and customer satisfaction.

Keywords: Artificial intelligence, corporate brand image, customer satisfaction, marketing



İŞLETMELERİN DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİNDEKİ DİJİTAL YETENEKLER

Ebru DEMİREL

Nevşehir Hacıbektas Veli Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0001-5073-0683

Seyhan ÖZDEMİR

Süleyman Demirel Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-3530-6689

ÖZET

Günümüz teknoloji dünyasında dijitalleşme hayatın hemen her alanında yer almaktadır. Buna bağlı olarak işletmeler de rekabet avantajı kazanmak, yaşamlarını devam ettirebilmek ve mevcut düzene uyum sağlayabilmek için teknolojiyi yakından takip etmek zorundadır. Ancak hızla değişen çevrede işletmelerin rekabet avantajı sağlayabilmesi için bilgi teknolojilerine sahip olması tek başına yeterli olmamaktadır. İşletmelerin dijital çağa ayak uydurabilmesi ve dijital dönüşüm sürecini de etkin ve verimli bir şekilde yönetebilmesi için dijital yeteneklere ihtiyacı vardır. Dijital yetenekler; teknolojinin getirdiği değişiklikleri takip edebilmek ve bu değişimi iş yapılarına, süreçlerine ve insan kaynaklarına da entegre ederek bir bütün içerisinde bu durumu etkin ve verimli bir şekilde yönetebilmektir. Dijital yetenekler dijital dönüşüm sürecinde olan işletmeler için, katma değer oluşturmakta, taklit edilmesi ve ulaşılması zor kaynaklar elde edilmesini sağlamaktadır. İşletmeler için stratejik bir kaynak olarak ele alınan dijital yetenekler, dijital dönüşüm sürecinde yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesinde ve işletmenin diğer bütün kaynakları ile işbirliği içinde çalışmasında yardımcı olmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmanın temel amacı dijital dönüşüm sürecinde işletmelerin başarılı olabilmeleri, rekabet avantajı sağlayabilmeleri ve süreklilik elde edebilmeleri için dijital yeteneklerin önemini, etkin bir şekilde yönetilmesini ve geliştirilmesini teorik açıdan ele alarak incelemektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, dijital yetenekler, stratejik rekabet



DIGITAL CAPABILITIES IN THE DIGITAL TRANSFORMATION PROCESS OF BUSINESSES

Ebru DEMİREL

Nevşehir Hacıbektas Veli Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5073-0683

Seyhan ÖZDEMİR

Süleyman Demirel Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3530-6689

ABSTRACT

In today's technology world, digitalization takes place in almost every aspect of life. Accordingly, businesses have to follow technology closely in order to gain competitive advantage, maintain their lives and adapt to the current order. However, in a rapidly changing environment, it is not enough for businesses to have information technologies alone to provide competitive advantage. Businesses need digital capabilities to keep up with the digital age and to manage the digital transformation process effectively and efficiently. Digital capabilities are to follow the changes brought by technology and to manage this situation effectively and efficiently by integrating this change into business structures, processes and human resources. Digital capabilities create added value for businesses that are in the process of digital transformation, and provide resources that are difficult to imitate and reach. Considered as a strategic resource for businesses, digital capabilities help in the development of new products and services in the digital transformation process and in cooperation with all other resources of the business. In this context, the main purpose of this study is to examine the importance, effective management and development of digital capabilities from a theoretical perspective so that businesses can be successful in the digital transformation process, provide competitive advantage and achieve continuity.

Keywords: Digital transformation, digital capabilities, strategic competition



İSLAMİ PERSPEKTİFTEN İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ SİSTEMİ

NASSER M. E. ALGHALBAN

Yalova Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2822-8077

ÖZET

Bu çalışmada İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY) İslami ilke ve kurallar açısından ele alınmıştır. İslami perspektiften yönetim ve İKY konularında farklı dillerde önemli bir yazın olmasına rağmen, Türkçe alanyazında bu konu nerdeyse ihmal edilmiştir. Bu nedenle bu çalışma konunun Türkçe alanyazında tartışılmasının sağlanması açısından önemlidir. Çalışma İslami perspektiften insan kaynakları yönetimi kavramına açıklık getirmeyi ve İslami yönetim yaklaşımına dayalı bir insan kaynakları yönetimi modeli önermeyi amaçlaması bakımından özgün bir çalışma olma hedefindedir. Bu amaçla çalışmada, İslam'ın temel kaynakları ve Arap dilinde yer alan metinleri içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışma içeriğine bakıldığında sistem teorisinin insan kaynakları yönetiminde kullanımı, insan kaynakları yönetiminin tarihsel gelişimi incelendikten sonra, planlama, eğitim ve geliştirme, kadrolama, seçme ve atama, ücret, ödül yönetimi, performans yönetimi kavramları klasik İKY ve İslami perspektiften ilkelere göre ele alınmıştır. Araştırmanın bulguları bağlamında ise İslami bilgi kaynaklarında planlama, ücret, kadrolama başta olmak üzere birçok İKY fonksiyonunda uygulanabilecek olan ilkeler bulunduğu ve bu ilkelere dayalı olarak alternatif bir İKY sistemi oluşturulabileceği ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: İnsan kaynakları, islami insan kaynakları, islami sistem.



HUMAN RESOURCES MANAGEMENT SYSTEM FROM ISLAMIC PERSPECTIVE

NASSER M. E. ALGHALBAN

Yalova Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2822-8077

ABSTRACT

In this study, Human Resources Management (HRM) is discussed in terms of Islamic principles and rules. Although there is an important literature in different languages on management and HRM from an Islamic perspective, this subject has almost been neglected in the Turkish literature. Therefore, this study is important in terms of ensuring that the subject is discussed in the Turkish literature. The study aims to be an original study in that it aims to clarify the concept of human resources management from an Islamic perspective and to propose a human resources management model based on the Islamic management approach. For this purpose, the main sources of Islam and the texts in the Arabic language were examined by content analysis method. Looking at the content of the study, after examining the use of system theory in human resources management and the historical development of human resources management, the concepts of planning, training and development, staffing, selection and assignment, wage, reward management, performance management are discussed according to the principles from the classical HRM and Islamic perspective. In the context of the findings of the research, it can be stated that there are principles that can be applied in many HRM functions, especially in planning, wages and staffing in Islamic information resources, and an alternative HRM system can be created based on these principles.

Keywords: Human resources, Islamic human resources, Islamic system



ÖRGÜTLER VE DİJİTALLEŞME: ENDÜSTRİ 4.0'IN ÖRGÜTSEL DAVRANIŞA ETKİSİ

Ümit ŞEVİK

Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi

ORC-ID: 0000-0002-3543-5923

ÖZET

Örgütlerin dijitalleşmeye verecekleri cevap sürdürülebilir rekabet avantajını ve sonunda örgütlerin yaşam süresini şekillendirmektedir. Günümüzde dijital dönüşüm ve Endüstri 4.0 uygulamaları örgütlere pek çok alanda değişim ile ilgili konuları da beraberinde getirmiştir. Endüstri 4.0 uygulaması ile insan unsuru değerlendirildiğinde, örgütsel davranış konularında da çeşitli değişimlerin yaşanacağı veya paradigma kırılması yaşanacağı öngörülmektedir. Geleceğin örgütlerinin yönetiminde teori ile pratiğin eş güdümlü olabilmesi için proaktif bir yaklaşım sergilenerek endüstri 4.0 uygulamalarının örgütlere ve çalışanlara etkisinin ayrıntılı değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Birinci sanayi devrimi işçi sınıfının doğmasına, ikinci sanayi devrimi makineleşmenin artarak seri üretim uygulamalarına ve üçüncü sanayi devrimi bilgisayar ile dijitalleşmenin ön plana çıkmasına sebep olsa da bu devrimler insan unsurun önemini ve örgütsel davranışın önemini azaltmak bir tarafa daha da artırmıştır. Bu kapsamda çalışmanın amacı özellikle endüstri 4.0 uygulamalarının örgütsel davranış konularını nasıl etkilediğine dair literatürde yapılan çalışmaların incelenmesidir. Endüstri 4.0 uygulamalarının örgütsel davranış konularına etkileri konusunda derinlemesine bilgi edinmek, farklı boyutlarla konuyu anlamak ve gelecekteki çalışmalarda konunun önemine dikkat çekmek için keşfedici bir çalışma yöntemiyle literatür taraması yapılmıştır. Literatür incelendiğinde ulusal yazında endüstri 4.0 uygulamalarının örgütsel davranış ile ilişkilerinin araştırıldığı çalışmaların sayılarının sınırlı olduğu, uluslararası yazında ise bu konuya ilginin giderek arttığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte Endüstri 4.0 uygulamaları ile ilgili örgütsel çalışmaların insan kaynakları yönetimi ekseninde çoğunlukta olmasının en önemli sebebi işsizlik ve nitelikli iş gücüne olan ihtiyacın ilk olarak öngörülmesi ve etkisinin algısal olarak ta hissettirmesidir. Özellikle ulusal yazında endüstri 4.0 uygulamaları ile ilgili psikolojik sözleşme, stres, örgütsel bağlılık, örgüt kültürü, iş tatmini, işten ayrılma niyeti, örgütsel intikam, örgütsel adanmışlık ve örgütsel özdeşleşme gibi konuların çalışılması, örgütleri hem cesaretlendirecek hem de yakın gelecekte iyice yaygınlaşacak olan endüstri 4.0 uygulamalarına geçişte



hazır olmalarını sağlayacaktır. Endüstri 4.0 uygulamalarının işgücünü olumlu veya olumsuz nasıl etkileyeceği ve şekillendireceği konusunun ulusal yazında daha fazla araştırılması geleceğe yönelik proaktif bir yaklaşım olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, endüstri 4.0, örgütsel davranış



ORGANIZATIONS AND DIGITALIZATION: IMPACT OF INDUSTRY 4.0 ON ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR

Ümit ŞEVİK

Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi

ORC-ID: 0000-0002-3543-5923

ABSTRACT

The response of organizations to digitalization shapes sustainable competitive advantage and ultimately the life span of organizations. Today, digital transformation and Industry 4.0 have brought with them issues related to change in many areas. When the human factor is evaluated with the Industry 4.0, it is predicted that there will be various changes in organizational behavior or a paradigm break. In order to coordinate theory and practice in the management of future organizations, it is important to take a proactive approach and evaluate the effects of industry 4.0 on organizations and employees in detail. Although the first industrial revolution led to the birth of the working class, the second industrial revolution led to increased mass production applications and the third industrial revolution to the forefront of computer and digitalization, these revolutions increased the importance of the human element and organizational behavior, aside from decreasing it. In this context, the aim of the study is to examine the studies in the literature on how industry 4.0 affect organizational behavior issues. In order to gain in-depth information about the effects of Industry 4.0 on organizational behavior issues, to understand the issue with different dimensions and to draw attention to the importance of the issue in future studies, a literature review was conducted with an exploratory study method. When the literature is examined, it has been determined that the number of studies investigating the relationship between industry 4.0 and organizational behavior in the national literature is limited, and the interest in this subject is increasing in the international literature. However, the most important reason why organizational studies related to Industry 4.0 are in the majority in the axis of human resources management is that unemployment and the need for qualified labor force are foreseen first and the effect is felt perceptually. Especially in the national literature, the subjects such as psychological contract, stress, organizational commitment, organizational culture, job satisfaction, intention to leave, organizational revenge, organizational commitment and organizational identification related to industry 4.0 will both encourage organizations, will become widespread in the near



future and will ensure that they are ready for the transition to their applications. Further research in the national literature on how Industry 4.0 will positively or negatively affect and shape the workforce will be a proactive approach for the future.

Keywords: Digitalization, industry 4.0, organizational behaviour



İNOVASYON VE İÇ GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİNDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Ali Şükrü CETİNKAYA

Selçuk Üniversitesi

Feyza Nur ÖZTURK

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

ABSTRACT

İnovasyon, örgütlerin rekabet avantajı elde etmede kullanabileceği en önemli faktörlerden biridir. İnovasyon, kuruluşların rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri için ürünlerini, hizmetlerini ve üretim yöntemlerini sürekli olarak farklılaştırmalarına ve yenilemelerine olanak tanır. İç girişimcilik, kuruluşların gelişmesinde ve büyümesinde önemli bir unsur olarak kabul edilir. Sosyal ağlar, yeni ürün ve hizmetlerin yaratılmasında önemli bir rol oynayabilir. Bu ampirik araştırmada, inovasyon ve iç girişimcilik arasındaki ilişkide sosyal medyanın düzenleyici etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla, Çorum, Samsun, Kocaeli ve Konya illerinde Bilgi ve İletişim Teknolojileri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışan ve basit tesadüfi yöntemle belirlenen 281 çalışandan geçerli anket geri dönüşü elde edilmiştir. Veri analizi; tanımlayıcı istatistik, açıklayıcı faktör analizi, yapısal eşitlik modeli yol analizi ve PROCESS düzenleyici değişken analiz teknikleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulguları, iç girişimcilik ve inovasyon ilişkisinde sosyal medyanın düzenleyici bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Diğer bir ifadeyle, sosyal medya örgütlerde inovasyon kaynağı olabilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, inovasyon, iç girişimcilik, bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü



THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ON THE RELATIONSHIP BETWEEN INNOVATION AND INTRAPRENEURSHIP

Ali Şükrü CETİNKAYA

Selçuk Üniversitesi

Feyza Nur ÖZTURK

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

ABSTRACT

Innovation is one of the most important factors that an organization can use to gain a competitive advantage. Innovation enables organizations to continuously differentiate and renew their products, services, and production methods in order to survive in a competitive environment. Intrapreneurship is considered an important element in the development and growth of organizations. Social networks may play a major role in the creation of new products and services. This empirical research aimed to reveal the moderating effect of social media on the relationship between innovation and intrapreneurship. Survey data were collected from 281 randomly selected employees working enterprises operating in Information and Communication Technologies in Çorum, Samsun, Kocaeli and Konya provinces in Turkey. Data were analyzed by using descriptive statistics, exploratory factor analysis, structural equation modeling path analysis, and PROCESS moderating variable analysis techniques. Research findings revealed that social media has a moderating impact on the relationship between intrapreneurship and innovation. In other words, social media can be the source of innovation for the organizations.

Keywords: Social media, innovation, intrapreneurship, information and communication technologies industry



PAZARLAMA YÖNETİMİNDE PAZARLAMA MÜDÜRÜ YERİNE YAPAY ZEKA ALGORİTMALARININ KULLANIMI İMKANI

Kazım Selçuk TUZCUOĞLU

Bahçeşehir Üniversitesi

ÖZET

Yıkıcı teknolojiler arasında öncelikli sırada yer alan yapay zeka birçok bağlamda işletmelerin çalışma şeklini değiştirmiştir. Hem teorisyenlerin hem de uygulayıcıların yapay zeka tabanlı sistemlerin gelecekte bütün sektörlerin merkezine yerleşeceği konusunda güçlü öngörülerini bulunmaktadır. Bu araştırma; iş dünyasında gittikçe daha fazla kullanım alanı bulan yapay zeka algoritmalarının yakın bir gelecekte, şirketlerde pazarlama departmanını yönetebilecek kadar yetkinleşip yetkinleşmeyeceğini araştırmak amacıyla hazırlanmıştır. Günümüzün yöneticileri halihazırda birçok pazarlama kararını alırken yapay zeka algoritmalarından yararlanmaktadırlar. Bu hipotetik araştırma; pazarlama iletişiminin etkinleştirilmesi, müşteri ilişkilerinin yürütülmesi, promosyonların planlanması ve satış ekiplerinin organizasyonu gibi bazı pazarlama kararlarının, piyasalardan toplanan bilgilerin analizi yoluyla “insan eli değmeden” algoritmalar tarafından yürütülüp yürütülemeyeceğini anlamaya çalışmaktadır. Bu amaçla, pazarlama yöneticilerinden beklenen yetkinlikler ve halihazırda yapay zekanın üstlendiği pazarlama görevleri analiz edilerek, yapay zekanın pazarlama kararlarının alınmasında insanlara göre üstün ve yetersiz yönleri belirlenmiş ve piyasanın önde gelen şirketlerinin pazarlama yöneticileri ile derinlemesine mülakat tekniği ile görüşmeler gerçekleştirilerek yetkin pazarlama profesyonellerinin bu konudaki tespitleri değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda; daha pek çok alanda yapay zekanın, piyasa bilgilerinin derinlemesine analizi yöntemiyle pazarlama kararlarına katkıda bulunabileceğine, ancak; yakın bir gelecekte yapay zeka algoritmalarının pazarlama yönetimindeki insan iş gücünün görevlerinin tamamını devralamayacağına yönelik bulgulara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama yönetimi, yapay zeka, müşteri ilişkileri yönetimi, pazarlama iletişimi



THE POSSIBILITY OF THE REPLACEMENT OF THE MARKETING MANAGER WITH THE ARTIFICIAL INTELLIGENCE ALGORITHMS

Kazım Selçuk TUZCUOĞLU

Bahçeşehir Üniversitesi

ABSTRACT

Artificial Intelligence, one of the primary disrupting technologies, changed the way the companies follow in the business world in different contexts. Both theorists and practitioners have the foresight that systems based on AI will be placed in the center of the entire sectors in the future. This research has been prepared to understand whether the Artificial Intelligence' s (AI) algorithms, which finds more and more application in the business world can be improved to be used by the Marketing Department' s Management in the future. The modern day managers are already using AI algorithms by decision making in marketing field. This hypothetical research wants to understand whether whole marketing decisions about Marketing Communication, Customer Relationship Management, Promotion Planning, and Sales Teams Organization can be conducted by the algorithms with the help of the data collected from the markets "without human intervention". For that purpose I prepared a literature review about the expected skills from the Marketing Managers and about the marketing activities performed by AI at the present state. Afterwards I reviewed the pros and cons of the usage of the AI by marketing decisions compared with the human capacity. Finally I conducted an in depth interview with the Marketing Managers of the prominent companies and collected their opinion about this topic. I obtained the result that AI can perform much more assistance to the marketing decisions by deeper analysis of the market data, Marketing Managers who can use the AI in a skilled way will achieve a bigger competitive advantage against the other brands, but AI algorithm will be not capable to take over all the responsibilities of the Marketing Manager.

Keywords: Marketing management, artificial intelligence, customer relationship management, marketing communication



İŞLETMELERİN METAVERSE EVRENLERİNDE MARKALAŞMASI: DİJİTALLEŞMENİN AVATAR EKONOMİSİ AÇISINDAN ANALİZİ

Cihan SARI

İstanbul Ticaret Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-2735-888

Rana TORUN

Abdullah Gül Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-4776-4011

ÖZET

1990'lı yıllardan itibaren internetin ve ilişkili teknolojilerin yaygınlaşması ile çoğu işletmenin, mevcut müşterileri ile iletişimi sürdürmek, hedef kitlelerinin ilgisini çekmek ve kapsayıcılığı artırmak suretiyle markalaşma süreçlerini iyileştirmek için Web sayfaları vasıtasıyla dijital iletişime önem verdikleri gözlenmiştir. Ardından Web 2.0. adı verilen dönemin uygulamaları olan sosyal medya kanallarında yer alarak markalarını daha geniş kitlelere duyurma yolunda adımlar atmışlardır.

Günümüze ise Blokzincir teknolojisinin tetiklediği Web 3.0 adı verilen dönemde Kripto Varlıklar ve Non-Fungible Token'lar (NFT) ve Metaverse (Öteki Evren) teknolojileri ile yeni bir marka iletişiminin başladığı gözlenmektedir. Özellikle sanal evrenleri Avatar adı verilen kişiselleştirilmiş kimlikleri ile deneyimleyen ve bu evrenlerde vakit geçiren kitleler için de marka stratejisi oluşturan firmaların odak noktasında ise yeni ve farklı deneyimler oluşturmak buluyor.

Avatarlar için üretilen kıyafetler, aksesuarlar ve yeni deneyimler için oluşturulan ve yakaladığı trend ile günden güne daha çok kişinin ilgisini çeken Avatar Ekonomisi, farklı sanal evrenlerde farklı özellikler göstermekle birlikte genel olarak birer dijital varlık olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma ise işletmelerin Avatarlar etrafında şekillenen yeni markalaşma ekosistemine odaklanmakta ve Avatar ekonomisinin tarihçesini ve geldiği noktayı tespit ederek bu ekosistemin işletmelerin markalaşma çalışmaları açısından geleceği tartışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Markalaşma, web 3.0, metaverse, nft, avatar



BRANDING OF BUSINESSES IN METAVERSE UNIVERSE: ANALYSIS OF DIGITALIZATION IN TERMS OF AVATAR ECONOMY

Cihan SARI

Istanbul Ticaret Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-2735-888

Rana TORUN

Abdullah Gül Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-4776-4011

ABSTRACT

With the widespread use of the internet and related technologies since the 1990s, it has been observed that most businesses attach importance to digital communication through their Web pages in order to maintain communication with their existing customers, to attract the attention of their target customers and to improve their branding processes by increasing inclusiveness. Then, they took steps towards announcing their brands to wider customers by taking part in social media channels, which were the practices of the period called Web 2.0.

Nowadays, in the period called Web 3.0 triggered by Blockchain technology, it is viewed that a new brand communication has started with Crypto Assets and Non-Fungible Tokens (NFT) and Metaverse (Other Universe) technologies. In particular, companies that create brand strategies for the masses who experience virtual universes with their personalized identities called Avatars and spend time in these universes find creating new and different experiences in their focus.

Avatar Economy, which was created for clothes, accessories and new experiences produced for avatars and attracting more and more people's attention day by day with the trend it has caught, appears as a digital asset in general, although it shows different features in different virtual universes.

This study focuses on the new branding ecosystem of businesses shaped around Avatars and discusses the future of this ecosystem in terms of the branding efforts of businesses by determining the history of the Avatar economy and the point it has already reached.

Keywords: Branding, web 3.0, metaverse, nft, avatar



SANAL KAYTARMA ALANINI GENİŞLETİYOR MU? NESNELERİN İNTERNETİ VE ÇALIŞANLAR ÜZERİNE ETKİLERİ

Fatih SOBACI

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-2261-5079

ÖZET

Teknolojik gelişmelerin insan kaynağı üzerindeki etkisi, her teknolojik gelişimle birlikte değişim gösterebilmektedir. Bu noktada önemli etkileri olan bir gelişim olan nesnelere interneti (internet of things), çalışanlar üzerinde farklı etkiler yaratabilmektedir. Bu etkiler, çalışan verimliliği ve performansını artırmak, sanal kaytarmayı (bu çalışmadaki mantıkla ters şekilde) azaltmak gibi sınırlı sayıda da olsa çalışmaya konu olmuştur. Bu çalışma ise nesnelere internetine farklı bir açıdan bakmakta ve bunun çalışanın iş ortamından kopmasına ve motivasyonunu zayıflatmasına dönük bir etki yaratabileceğine ilişkin daha önce çalışmalara konu olmayan bir sorgulamayı amaçlamaktadır. Daha açık bir ifadeyle, telefonundaki uygulama üzerinden evdeki işlerine dönük bir takım aksiyonlar alan bir çalışanın, o esnada işiyle bağının zayıflayacağı ve bunun çalışanın performansını olumsuz etkileyebileceği düşünülmektedir. Örneğin, iş yerinde fırsat bulunduğu bir anda (çıkarken toparladığı evini) akıllı robot süpürmesine temizletmek isteyen bir çalışanın, kısa süreliğine de olsa işten kopması muhtemel görünmektedir. Bu süre çok kısa görünmekle birlikte, kişi evden çıkarken evi süpürülebilir hale getirmiş, gün içinde temizlik işini yaptırmayı zihnine yazmış ve iş yerinde belki çok defa bu işi zihninde tasavvur etmiştir. Fırsat bulunduğu anda süpürmeye gönderdiği cihazı halıya takıldığında bildirim gelmiş ve kişinin dikkati bir kez daha işinden uzaklaşmıştır. Bu senaryodaki olaya benzer durumların, farklı cihazlar üzerinden de yaşanma ihtimali bulunmaktadır. Akıllı teknoloji cihazlar kullanan bazı çalışanların konuya ilişkin görüşlerine başvurulmuş; böyle bir etki hissedilmediğine ilişkin görüşlerle birlikte, çoğunlukla araştırmacının düşüncelerini destekleyen görüşlere ulaşılmıştır. Sonuç itibarıyla, teknoloji ve internet nedeniyle işten kopuş sözkonusu olduğu için bu durum, sanal kaytarmanın yeni bir şekli olarak yorumlanmakta ve çalışma kapsamında araştırmacılarca değerlendirilmesi için yeni bir görüş olarak sunulmaktadır. Nesnelere internetinin ya da akıllı robot süpürge gibi cihazların bu yönde etkisini araştıran bir çalışmaya literatür taramasında rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın özgün ve sanal kaytarma kavramına ilişkin olarak ileri sürdüğü yeni içerik



nedeniyle deęerli olduęu dűşűnűlmektedir. Çalıřmanın, gűrűřme odaklı nitel bir arařtırma kapsamında daha deęerli sonuçlara ulařtırılması dűşűnűlmektedir.

Anahtar Kelimeler: rgűt alıřanları, nesnelerin interneti, sanal kaytarma, akıllı ev teknolojileri.



DOES CYBERLOAFING EXPAND ITS SCOPE? THE INTERNET OF THINGS AND ITS EFFECTS ON EMPLOYEES

Fatih SOBACI

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2261-5079

ABSTRACT

The effect of technological developments on human resources can change with each technological development. At this point, the internet of things, which is a development with important effects, can create different effects on employees. These effects have been the subject of a limited number of studies to increase employee productivity and performance, and even (contrary to the logic of this study) to reduce cyberloafing. This study, on the other hand, looks at the internet of things from a different perspective and aims to make an inquiry that has not been the subject of previous studies, as to whether it can have an effect on the employee's detachment from the work environment. More clearly, it is thought that an employee who takes some actions related to housework through the application on her/his phone while at work will weaken her/his engagement with her/his job and this may negatively affect the employee's performance. For example, an employee may be distracted while at work thinking of cleaning their house with a smart vacuum cleaner; or when the broom is stuck on the obstacle, the effect of the messages can distract the worker. It is possible that situations similar to the event in this scenario may occur due to different devices. Opinions of some employees who use smart technology devices were asked. Although some said that such an effect was not felt, mostly opinions supporting the researcher's thoughts were reached. As a result, there is a disengagement from work due to technology and the internet. Therefore, this situation is interpreted as a new form of cyberloafing and presented as a new view for researchers to evaluate. A study investigating the effect of devices such as the internet of things or smart robot vacuum cleaners in this direction has not been found in the literature review. For this reason, it is thought that the study is valuable because of the new content it puts forward regarding the concept of original and cyberloafing. It is thought that the study will reach more valuable results within the scope of an interview-based qualitative research.

Keywords: Personnel, internet of things, cyberloafing; smart home technology.



DÜNYADAN BAZI ÖRNEKLERLE ŞİRKETLERDE BÜYÜK VERİ KULLANIMI

Sidar AĞDUK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2927-0077

ÖZET

Dijitalleşme ile birlikte sensörler, akıllı sistemler ve bulut teknolojileri aracılığıyla kayıt altına alınan veri miktarı her geçen gün artış göstermekte ve geride veri izi bırakmaktadır. İnternet ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve yaygın kullanım sonucunda birçok farklı kaynaklar arasında veri akışı sürekli olarak devam etmektedir. Değişik kaynaklardan toplanan çok sayıda verinin anlamlı ve işlenebilir bir hale dönüştürülmüş hali olan büyük veri kavramı şirketlerin küresel rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmek için oldukça önemlidir. Gün geçtikçe artan veri miktarı ve çeşitliliği karşısında şirketler pazar ortamını, müşteri istek ve ihtiyaçlarını büyük veri sayesinde doğru bir şekilde analiz edebilmektedir. Karmaşık verilerin anlamlandırılması ve kullanılabilir hale getirilmesini sağlayan büyük veri uygulamalarının ayrıca gerçek zamanlı olarak veri analizini gerçekleştirilmesi firmaların hem stratejik hem de çok daha hızlı bir şekilde karar almalarına yardımcı olmaktadır. Şirketlerin büyük veri teknolojilerine uyum sağlaması öngörülemeyen fırsat ve tehditlerin ortaya çıkarılmasını sağlayarak verimliliğin artırılmasını sağlamaktadır. Bu çalışmada dünya çapında faaliyet gösteren bazı şirketlerin büyük veriyi nasıl kullandıkları ve hangi sorunların çözümü için büyük veriye ihtiyaç duydukları teknik yönleri ile açıklanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Büyük veri, dijitalleşme, internet



USE OF BIG DATA IN COMPANIES WITH SOME EXAMPLES FROM THE WORLD

Sidar AĞDUK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2927-0077

ABSTRACT

Along with digitalization, the amount of data recorded through sensors, smart systems and cloud technologies is increasing day by day and leaves a data trace behind. As a result of the developments and widespread use in the internet and information technologies, data flow continues continuously between many different sources. The concept of big data, which is the transformation of a large number of data collected from different sources into a meaningful and workable form, is very important for companies to survive in the global competitive environment. In the face of the increasing amount and diversity of data, companies are able to analyze the market environment, customer requests and needs accurately thanks to big data. Big data applications, which enable complex data to be meaningful and usable, also perform data analysis in real time, helping companies to make strategic decisions and make decisions much faster. Adaptation of companies to big data technologies enables to increase productivity by revealing unforeseen opportunities and threats. In this study, how some companies operating around the world use big data and which problems they need big data to solve will be explained with technical aspects.

Keywords: Big data, digitalization, internet



FARKLI DİLLERDEKİ HABER METİNLERİNİN SINIFLANDIRILMASI

Ayfer POLAT

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3838-173X

Emrah AYDEMİR

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8380-7891

Sidar AĞDUK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2927-0077

ÖZET

İnternet ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler çevrimiçi ortamda faaliyet gösteren yeni medyanın önemini her geçen gün arttırmaktadır. İnternet, akıllı telefon, tablet gibi yeni iletişim teknolojilerinin yaygın kullanımı bireylerin haber metinlerine erişiminde daha çok dijital ortamları tercih etmesine neden olmaktadır. Günümüzün en büyük haber kaynaklarından biri olan internet ortamında karmaşık halde bulunan veriden anlamlı metin içeriklerine ulaşabilmek metin sınıflandırma ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Metin sınıflandırma, metnin özelliklerine bakarak daha önceden belirlenmiş kategorilerden hangisi ya da hangilerine ait olduğunun tespit edilmesidir. Bu çalışmada ekonomi, siyaset, dünya ve spor kategorilerinden toplamda 4000 adetten oluşan Almanca, İngilizce, İspanyolca ve Türkçe haber metinlerinin sınıflandırma işlemi gerçekleştirilmiştir. Her bir kategoride homojen ve eşit olarak dağılmış olan 250 adet veri yer almaktadır. Sınıflandırma işlemi için WEKA Programının (Waikato Environment for Knowledge Analysis) içerisinde yer alan Naive Bayes Text Classification yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada Almanca haber verileri için %98,1, İngilizce haber verileri için %96,4, İspanyolca haber verileri için %95,5 ve Türkçe haber verileri için %96,1 doğruluk oranında sınıflandırma işlemi gerçekleştirilmiş ve en yüksek başarı oranının Almanca haber veri setine ait olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Metin sınıflandırma, naive bayes text classification, WEKA



CLASSIFICATION OF NEWS TEXTS IN DIFFERENT LANGUAGES

Ayfer POLAT

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3838-173X

Emrah AYDEMİR

Sakarya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8380-7891

Sidar AĞDUK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2927-0077

ABSTRACT

The developments in the internet and information technologies increase the importance of new media operating in the online environment day by day. The widespread use of new communication technologies such as the internet, smart phones and tablets causes individuals to prefer digital media more in accessing news texts. Being able to reach meaningful text content from complex data in the internet environment, which is one of the biggest news sources of today, reveals the need for text classification. Text classification is to determine which of the predetermined categories it belongs to by looking at the features of the text. In this study, the classification process of German, English, Spanish and Turkish news texts consisting of a total of 4000 from the categories of economy, politics, world and sports was carried out. There are 250 homogeneous and evenly distributed data in each category. For the classification process, the Naive Bayes Text Classification method, which is included in the WEKA Program (Waikato Environment for Knowledge Analysis), was used. In the study, classification was performed with an accuracy rate of 98.1% for German news data, 96.4% for English news data, 95.5% for Spanish news data and 96.1% for Turkish news data, and it was concluded that the highest success rate belonged to the German news dataset.

Keywords: Text classification, naive bayes text classification, WEKA



ÜNİVERSİTELERİN SOSYAL MEDYA HESAPLARININ HALKLA İLİŞKİLER BAĞLAMINDA KULLANILMASINA YÖNELİK BİR KARŞILAŞTIRMA

Hasan ALTİNCİK

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3528-2680

ÖZET

İnternet teknolojilerinin gelişim aşamasından sonra oraya çıkan ve yaygınlık kazanan sosyal medya uygulamaları günümüzde en fazla kullanılan iletişim araçlarından olmuştur. Geleneksel medyanın tiraj, izlenme ve dinlenme sayılarını bugün takipçi, beğeni ve yorum sayılarının çokluğu almış durumdadır. Kurumlarında hedef kitleleriyle sosyal medya hesaplarından kurdukları veya kuracakları iletişim her geçen gün daha çok önem kazanmaktadır. Kurumların resmi sosyal medya hesaplarından güncel ve ilgi çekici içeriklerin paylaşılması takipçilerin bu paylaşımları beğenmesi, yorum yapması bu yorumlara cevap alması kurumların çift yönlü iletişim kurmaları açısından değerli bir yaklaşım olmaktadır. Çünkü halkla ilişkiler çalışmalarının en önemli noktasını çift yönlü ve sürekliliği olan iletişim oluşturmaktadır. Bu bağlamda sürekli olarak güncellenen bir hedef kitleye sahip olan üniversitelerin de sosyal medya hesaplarından bu iletişimi oluşturması ve sürdürmesi gerekmektedir. Bu felsefeden hareketle çalışmada bir özel ve bir kamu üniversitesinin Instagram hesaplarının belirli bir süre aralığında içerik analiziyle incelenerek karşılaştırılması gerçekleştirilecektir. Analiz neticesinde kurumların etkileşimlerinin hangi noktada olduğuna ve iletişim tarlarına yönelik bulgulara ulaşılması hedeflenmektedir. Bu bilgilerin ortaya çıkarılmasıyla halkla ilişkiler bağlamında kurumların dijital ortamlarda kurdukları iletişim hakkında yorum yapılabilecek ve halkla ilişkiler alanına bu bağlamda bir katkı sunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, halkla ilişkiler, sosyal medya, instagram.



A COMPARISON ON THE USE OF SOCIAL MEDIA ACCOUNTS OF UNIVERSITIES IN THE CONTEXT OF PUBLIC RELATIONS

Hasan ALTİNCİK

Dicle Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3528-2680

ABSTRACT

Social media applications, which emerged and became widespread after the development stage of internet technologies, have become one of the most used communication tools today. Today, the number of followers, likes and comments has taken the circulation, watching and listening numbers of the traditional media. The communication they establish or will establish with their target audience through their social media accounts is gaining more and more importance day by day. Sharing up-to-date and interesting content from the official social media accounts of the institutions is a valuable approach for the institutions to establish two-way communication. Because the most important point of public relations studies is two-way and continuous communication. In this context, universities, which have a constantly updated target audience, need to create and maintain this communication from their social media accounts. Based on this philosophy, the Instagram accounts of a private and a public university will be examined and compared with content analysis within a certain period of time. As a result of the analysis, it is aimed to reach the findings regarding the point of interaction of the institutions and the communication modes. By revealing this information, it will be possible to comment on the communication of institutions in digital environments in the context of public relations and will contribute to the field of public relations in this context.

Keywords: Digitalization, public relations, social media, instagram.



BİLGİ EDİNMEDE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ: MUHASEBE GRUPLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Özlem DOĞAN

İskenderun Teknik Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-5752-9031

ÖZET

Teknolojideki hızlı gelişim ve değişim bilginin de doğasını değiştirmiş, kişiler ya da kurumlar ihtiyacı oldukları bilgilere birçok farklı platformdan ulaşabilir hale gelmişlerdir. Sosyal medya platformları her ne kadar sosyal ilişkilerin kurulması amacıyla yönelik olarak kurulsa da belirli alanlarda tecrübe ve bilgi birikimlerini paylaşmak isteyen kişilerin bir araya gelerek gruplar oluşturmasıyla farklı bir bilgi kaynağı haline dönüşmüştür. Özellikle de işletmeler için geleceğe yönelik karar almak ve rekabet gücünü koruyabilmek adına muhasebe bilgilerinin elde edilmesi, analiz edilmesi ve yorumlanması oldukça önemlidir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin muhasebe alanında da yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla muhasebe bilgi kullanıcılarının da işletmedeki rolleri farklılaşmıştır. Bu çalışmada sosyal medya platformları olarak “Facebook, Instagram ve Twitter” da yer alan “Muhasebe” grupları incelenecektir. İlgili platformlarda “Muhasebe” anahtar kelimesi ile gruplar tespit edilecek ve 10bin üyenin üzerindeki gruplar çalışmaya dahil edilecektir. Gruplar kurulma amacı, üye sayısı, güncellik, içerik oluşturma, tartışma konuları dikkate alınarak karşılaştırmalı bir içerik analizine tabi tutulacaktır. Yapılan çalışma bilgi edinme noktasında sosyal ağların etkinliği, fonksiyonelliği ve kullanım alanları gibi özellikleri açısından hakkında mevcut durumu ortaya koyması açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, muhasebe, muhasebe grupları



THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN INFORMATION: A RESEARCH FOR ACCOUNTING GROUPS

Özlem DOĞAN

İskenderun Teknik Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5752-9031

ABSTRACT

The rapid development and change in technology has also changed the nature of information, and individuals or institutions have become able to access the information they need from many different platforms. Although social media platforms were established for the purpose of establishing social relations, they have become a different source of information as people who want to share their experience and knowledge in certain fields come together and form groups. In particular, it is very important for businesses to obtain, analyze and interpret accounting information in order to make future decisions and maintain competitiveness. With the intensive use of information and communication technologies in the field of accounting, the roles of accounting information users in the business have also changed. In this study, "Accounting" groups in "Facebook, Instagram and Twitter" will be examined as social media platforms. Groups with the keyword "Accounting" will be identified on the relevant platforms and groups with more than 10 thousand members will be included in the study. Groups will be subjected to a comparative content analysis, taking into account the purpose of establishment, number of members, topicality, content creation, and discussion topics. The study is important in terms of revealing the current situation in terms of features such as the effectiveness, functionality and usage areas of social networks at the point of obtaining information.

Keywords: Social Media, accounting, accounting groups



TEMASSIZ TURİZM: MODERN ÇAĞIN YENİ TURİZM PAZARLAMASI ANLAYIŞINA YÖNELİK SİSTEMATİK LİTERATÜR İNCELEMESİ

Selçuk Efe KÜÇÜKKAMBAK
ORC-ID: 0000-0001-6633-1492

Fatma ÇAKIR
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0001-6574-2775

Mesut ÇAKIR
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-4980-1047

ÖZET

Turizm sektörü, endüstri 4.0 dönemiyle birlikte gelişmiş teknolojilerin, dijital sistemlerin getirdiği yenilik ve kolaylıkları hızla avantaja çevirmiştir. Çevrimiçi veya mobil iletişim kanallarının turizm alanında kullanımıyla beraber turistik ürün talebi ve arzı arasındaki değiş-tokuşun zaman zaman insana ihtiyaç duyulmadan, hem arz hem de talep eden taraf açısından süreci kolaylaştıran “Temassız” kavramının doğmasına neden olmuştur. Teorik açıdan ilk olarak 2018 yılında yüz yüze teması en aza indiren tüketim davranışı biçimi olarak literatüre giren bu kavram, COVID-19 pandemisinden sonra araştırmalarda daha sık konu edilmeye başlanmıştır. Teknolojideki dijital değişimin ve dönüşümün turizm pazarlaması alanında giderek daha geniş yer bulması bu kavramın turizm arzında giderek yaygınlaşacağına yönelik beklentiyi arttırmaktadır. Öte yandan günlük yaşamda karşılaşılan çeşitli ve karmaşık sorunların varlığı, bireyin hedonik ihtiyaçları ve etkisi altında olduğu itici tatil motivasyonları sayesinde insanlarla yüz yüze teması en aza indirecek tatil yapma talebinde de artış yaşanması, turizmin bu alanda önemli fırsatlar yakalayabileceğini gözler önüne sermektedir. Bu araştırmanın temel amacı “Temassız turizm” kavramını sistematik literatür taramasıyla ele alarak, gelecekte yürütülecek araştırmalara birtakım çıkarımlar sunmaktır. Araştırmanın ikincil amacı ise turizm paydaşlarına yön verebilecek pratik çıkarımlarda bulunmaktır. Araştırmada uluslararası veri tabanlarında (Web of Science, Proquest vb.) “untact tourism/temassız turizm” anahtar kelimesiyle literatür taraması gerçekleştirilmiş ve bu konudaki çalışmalar sistematik biçimde incelenerek bulgular raporlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Untact turizm, turizm pazarlaması, dijital pazarlama, teknoloji entegrasyonu



UNTACT TOURISM: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW FOR THE NEW CONCEPT OF TOURISM MARKETING IN THE MODERN AGE

Selçuk Efe KÜÇÜKKAMBAK

ORC-ID: 0000-0001-6633-1492

Fatma ÇAKIR

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6574-2775

Mesut ÇAKIR

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4980-1047

ABSTRACT

The tourism sector has quickly turned the innovations and conveniences brought by advanced technologies and digital systems into advantages with the industry 4.0 era. With the use of online or mobile communication channels in the field of tourism, the exchange between the demand and supply of touristic products has led to the emergence of the concept of "Untact", which facilitates the process in terms of both the supply and the demanding party, without the need for people from time to time. Theoretically, this concept, which first entered the literature in 2018 as a form of consumer behavior that minimizes face-to-face contact, has started to be discussed more frequently in research after the COVID-19 pandemic. The fact that digital change and transformation in technology are increasingly taking place in the field of tourism marketing increases the expectation that this concept will become increasingly widespread in tourism supply. On the other hand, the existence of various and complex problems encountered in daily life, the hedonic needs of the individual and the repulsive holiday motivations under the influence of the individual, and the increase in the demand for a holiday that will minimize face-to-face contact with people, reveals that tourism can capture important opportunities in this field. The main purpose of this research is to discuss the concept of "Untact tourism" with a systematic literature review and to present some implications for future research. The secondary purpose of the study is to make practical inferences that can guide tourism stakeholders. In the research, a literature search was conducted with the keyword "untact tourism" in international databases ("Web of Science, Proquest, etc.") and the studies on this subject were systematically examined and the findings were reported.

Keywords: Untact Tourism, tourism marketing, digital marketing, technology integration



MERKEZİYETSİZ OTONOM ORGANİZASYONLARDA ÇEVİK İNSAN KAYNAKLARI UYGULAMALARI ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

Esin YÜCEL KARAMUSTAFA

Altınbaş Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1440-1203

ÖZET

Merkeziyetsiz otonom organizasyon (DAO), bilgisayar kodları aracılığı ile otomatikleşmiş ve herkesin katılımına açık, demokratik ve transparan şekilde kurgulanmış, üyeleri tarafından yönetilen lidersiz yönetim organlarıdır. İlgili yönetim sisteminde süreçlerin bir bölümü insan müdahalesi ve dahil olmadan akıllı sözleşmeler aracılığı ile gerçekleşmektedir. DAO'ların ortaya çıkışı Ethereum blok zincirine ait olan risk fonu The DAO'ya dayanmaktadır. Geleneksel örgüt yapısının sahip olduğu hiyerarşik yapıdan arınan DAO'larda çalışanlar ve üyelerle bağlayıcılığı olan resmi sözleşmeler yapılmamaktadır. Aksine amaç, uzun vadede organizasyonun çıkarları ile çalışanların çıkarlarının örtüşmesidir. Süreçlerinin büyük bir bölümünü insan dahil olmadan gerçekleştirebilen, hiyerarşiden arınmış, demokratik ve otonom sistemlerde insan kaynaklarının (İK) geleneksel metotlarla işlenmesini beklemek gerçek dışı olacaktır. Ancak, insan girdisi olmadan örgütlerde yasal olarak tüm süreçlerin gerçekleştirilmesi mümkün değildir. Bu nedenle de DAO'lar tamamen kendi kendini idame ettirememektedir. Varlıklarını sürdürmek isteyen, dijital temelli çevik insan kaynakları metotları ise odağını, dijital sözleşmeler ve protokollerin yapılandırılmasına vermişlerdir. Bu araştırmanın amacı, geleneksel yönetim ve örgüt algısını değiştirmek üzere olan merkeziyetsiz otonom örgütlerdeki insan kaynakları fonksiyonunun nasıl dönüşeceği ve çevik insan kaynakları modelinin ne derece başarılı olacağı üzerine Sistematik Literatür Taraması yaparak kavramsal bir projeksiyon sunmaktır. Araştırmaya etki faktörü 2'nin üzerinde, 2015-2022 yılında ulusal ve uluslararası dergilerde yayınlanmış makaleler dâhil edilecektir. Barros ve arkadaşları tarafından 2019 yılında tasarlanan üç aşamalı tarama protokolünden faydalanılacaktır. Bu araştırma ilgili literatürde, merkeziyetsiz otonom organizasyonlar ve çevik insan kaynakları kavramlarını içerik analizi yaparak ele alan ilk araştırmalardan biri olarak kabul edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Merkeziyetsiz otonom örgütler, çevik insan kaynakları, DAO, dijital insan kaynakları, blockchain



AGILE HUMAN RESOURCES PRACTICES IN DECENTRALIZED AUTONOMOUS ORGANIZATIONS: A CONCEPTUAL STUDY

Esin YÜCEL KARAMUSTAFA

Altınbaş Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1440-1203

ABSTRACT

A decentralized autonomous organization (DAO) is a leaderless governance model managed by its members, automated through computer codes, open to everyone's participation, and structured democratically and transparently. In the related management system, some of the processes are carried out through smart contracts without human intervention and involvement. The emergence of DAOs is based on the venture fund The DAO, which is owned by the Ethereum blockchain. In DAOs, which are free from the hierarchical structure of the traditional organizational structure, binding formal contracts are not made with the employees and members. On the contrary, the goal is to align the interests of the organization with those of the employees in the long term. Because it would be unrealistic to expect human resources (HR) to operate with traditional methods in democratic and autonomous systems that are free from hierarchy and that can perform most of their processes without human involvement. However, it is not possible to legally carry out all processes in organizations without human input. Therefore, DAOs are not completely self-sustaining. Digital-based agile human resources methods that aimed to maintain their existence have given their focus to the structuring of digital contracts and protocols. This research aims to present a conceptual projection by conducting a Systematic Literature Review on how the human resources function in decentralized autonomous organizations that are about to alter the traditional management and organization perception will be transformed and how successful the agile human resources model will be. Articles with an impact factor above 2 and published in national and international journals between 2015-2022 will be included in the research. A three-stage screening protocol designed by Barros et al. in 2019 will be utilized. This research can be considered one of the first studies in the related literature that focused on the combination of decentralized autonomous organizations and agile human resources by making content analysis.

Keywords: Decentralized autonomous organizations, agile human resources, DAO, digital human resources, blockchain



DİJİTAL İŞ EKOSİSTEMİNDE YALIN GİRİŞİMCİLİK VE ÇEVİK İNOVASYON İLİŞKİSİ

Esin YÜCEL KARAMUSTAFA

Altınbaş Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1440-1203

Burcu ARSAN

Yeditepe Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9757-9391

ÖZET

Dijital dönüşümün iş dünyası üzerindeki önü alınamaz etkisi değerlendirildiğinde, gelecekte de iş stratejilerinin belirleyicisi olarak dijitalleşmenin büyük etki sahibi olacağı öngörülmektedir. Dijital iş ekosistemi kavramı ilk defa, Lizbon Konseyinde, UNDP'nin (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı) 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefine ulaşmak amacı ile, bilgi teknolojilerine dayanan, nitelikli ve kendi kendini organize edebilen ve kapsamlı sosyal içermeleri olan bir sistemi tanımlamak için kullanılmıştır. Dijital iş ekosistemleri 4 bileşenden oluşmaktadır. Bu bileşenler; bireysel değer ekosistemi, dijital deneyim ekosistemi, dijital dönüşümün kapsamı ve dijitalleşen operasyon ekosistemi olarak listelenmektedir. Dijital iş ekosistemlerinde, tüm birimlerin dijital yansımaları mevcuttur. Örneğin; işletmelerin öz varlıklarının, müşterilerinin, girişimcilik faaliyetlerinin, inovatif faaliyetlerin veya mal ve hizmetlerinin dijital ve ölçülebilir bir karşılığı bulunmaktadır. Her bir işlem ve karar, bilgi ve bulut teknolojileri sayesinde birçok diğer bileşeni de etkilemektedir. Yalın girişimcilik yaklaşımı, her geçen gün hızlanan girişimcilik ekosisteminde fark yaratarak ve zamandan tasarruf ederek varlık göstermeyi amaçlayan girişimler için tercih sebebidir. Zira, ilgili metot iş planına değil, işin modeline odaklanır ve Ar-Ge sürecini ve maliyetlerini azaltarak üretilen prototip ya da hizmeti daha küçük bir gruba çok daha hızlı bir şekilde sunar. İlgili kavramı ilk olarak ortaya atan Eric Ries (2011), yalın girişimi, yalın düşünce metotlarının inovasyon süreçlerine adapte edilmesi olarak tanımlamaktadır. Çevik inovasyon ise, temel olarak bilgi teknolojilerinden faydalanan tüm alanlara uygulanmakta olup, geleneksel inovatif yöntemlere göre altı kat başarılı kabul edilmektedir. İlgili kavram şirketlere, hızla harekete geçip değişebilmelerini, aynı hızla da yeniliğe uyum sağlamalarını aksi takdirde hayatta kalamayacaklarını belirtmektedir. Dijital iş ekosisteminde mevcudiyetini koruyan



yalın girişimlerin, ihtiyaç duyduğu hızlı ve dinamik yenilikçilik algısını çevik inovasyon kavramının desteklemesi beklenmektedir. Araştırmanın amacı, yalın girişimcilik ve çevik inovasyonunun, dijital iş ekosistemlerinin gelişimine ve kurgulanmasına nasıl katkı sağladığı yönünde sistematik literatür taraması yapmaktır. Araştırmada, Barros ve meslektaşlarının 2019 yılında tanımlamış oldukları Sistematik Literatür Tarama modeli kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, dijital iş ekosistemi, yalın girişimcilik, çevik inovasyon



THE RELATIONSHIP BETWEEN LEAN ENTREPRENEURSHIP AND AGILE INNOVATION IN THE DIGITAL BUSINESS ECOSYSTEM

Esin YÜCEL KARAMUSTAFA

Altınbaş Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1440-1203

Burcu ARSAN

Yeditepe Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9757-9391

ABSTRACT

Considering the inevitable impact of digital transformation on the business world, it is predicted that digitalization will have a great influence as a determinant of business strategies in the future. The concept of the digital business ecosystem was mentioned for the first time at the Lisbon Council to describe a system based on information technologies, qualified and self-organizing, and with comprehensive social inclusion, to achieve UNDP's 17 Sustainable Development Goals. Digital business ecosystems consist of 4 components. These components are the individual value ecosystem, digital experience ecosystem, the scope of digital transformation, and digitalized operations ecosystem. In digital business ecosystems, all units have digital reflections. For instance, there is digital measurability of businesses' equity, customers, entrepreneurial and innovative activities, or goods and services. Each transaction and decision affect many other components, through information and cloud technologies. The lean entrepreneurship approach is preferred for startups that desire to make a difference and save time in the ever-accelerating entrepreneurial ecosystem. Because the related method focuses on the business model, not the business plan, and offers the prototype or service produced to a smaller group much faster and reduces the R&D process and costs. Eric Ries (2011), who first introduced the related concept, defines lean entrepreneurship as the adaptation of lean thinking methods to innovation processes. Agile innovation can be applied to all processes where information technologies are used, and it is considered six times more effective than traditional innovative methods. The related concept suggests to companies to be able to survive that it is necessary to act quickly and change, besides to adapt to innovation at the same speed. It is expected that the agile innovation concept will support the fast and dynamic infrastructure required by lean entrepreneurs who sustain their existence in the digital business



ecosystem. The research aims to conduct a systematic literature review on how lean entrepreneurship and agile innovation contribute to the development of digital business ecosystems. In the research, the Systematic Literature Review model designed by Barros and colleagues in 2019 will be used.

Keywords: Digital transformation, digital business ecosystem, lean entrepreneurship, agile innovation



BİLGİ YÖNETİMİNİN TAKIM ÇALIŞMASINA ETKİSİ: SAĞLIK İŞLETMELERİ ARAŞTIRMASI

Ali Şükrü ÇETİNKAYA
Selçuk Üniversitesi

ABSTRACT

Bilgi yönetimi ile örgütte var olan kayıtlı ya da potansiyel bilgi kaynakları ortaya çıkarılarak iş süreçlerine dahil edilmekte ve çalışanların bilgiye erişimi mümkün kılınarak yeni bilgilerin üretilmesine olanak sağlamaktadır. Etkin bilgi yönetimi bu bağlamda başarılı ekip çalışması için temel unsurdur. Çünkü takım çalışması takım üyelerinin kendi aralarında ve dış çevre ile iletişimini gerekli kılmaktadır. Bu nicel araştırmada, bilgi yönetiminin takım çalışmasına etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Konya ilinde sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışan ve basit tesadüfi yöntemle belirlenen 288 çalışandan geçerli anket geri dönüşü elde edilmiştir. Veri analizi; tanımlayıcı istatistik, açıklayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli yol analizi teknikleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulguları, bilgi yönetimi ile takım çalışması arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Diğer bir ifadeyle, takım çalışması başarısında örgütlerde bilgi yönetimi önemli bir belirleyicidir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi yönetimi, takım çalışması, sağlık sektörü



THE EFFECT OF KNOWLEDGE MANAGEMENT ON TEAMWORK: HEALTH ENTERPRISES RESEARCH

Ali Şükrü ÇETİNKAYA
Selçuk Üniversitesi

ABSTRACT

Knowledge management enables to reveal existing registered or potential information sources in the organization. Knowledge management allows the production of new information by enabling employees to access information in business processes. Effective knowledge management is a key element for successful teamwork in this context. Teamwork requires communication of team members among themselves and with the external environment. In this quantitative research, it was aimed to determine the effect of knowledge management on teamwork. For this purpose, valid questionnaire returns were obtained from simple randomly selected 288 employees working in the health sector in Konya. Data was analyzed by performing descriptive statistics, explanatory factor analysis and structural equation modeling path analysis techniques. Research findings revealed that there is a strong relationship between knowledge management and teamwork. In other words, knowledge management in organizations is an important determinant of teamwork success.

Keywords: Knowledge management, teamwork, health industry



İŞLETMELERDE DİJİTALLEŞMENİN KARANLIK TARAFI: BİR LİTERATÜR TARAMASI

Ömer Faruk ALADAĞ

İnönü Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5176-679X

ÖZET

Dijitalleşme, son zamanlarda işletmeler üzerinde en önemli dönüştürücü güçlerden birisi olarak ön plana çıkmaktadır. Dijital dönüşüm, firmaların iş yapma pratiklerini köklü bir şekilde değiştirmeye devam etmektedir. Bu gelişmelerle paralel olarak işletmelerde dijitalleşme üzerine yapılan çalışmalar hızla artmış ve konu hakkında önemli büyüklükte bir literatür oluşmuştur. Mevcut yazında genelde dijital dönüşümün olumlu yönleri işlenmiştir. Dijitalleşmenin değer zincirlerinde maliyetleri düşürmesi, örgüt içi kontrol mekanizmalarını güçlendirmesi gibi avantajlı yönleri üzerinde daha çok durulmuştur. Öte yandan, dijitalleşmenin beraberinde getirdiği olumsuzluklara literatürde genelde daha az odaklanılmıştır. Veri güvenliği ihlalleri, dijitalleşmiş örgütlerde yönetim sorunları, çalışanlar üzerinde artan kontrol baskısına karşı verilen tepkiler vb. olgular, dijitalleşmenin yönetilmesi zor bir süreç olduğuna işaret etmektedir. Bu çalışmanın amaçları, işletmelerde dijitalleşmenin karanlık yönünün yazında hangi temalar etrafında işlendiğini tespit etmek, gelecek araştırmalar için öneriler teklif etmek ve dijitalleşme süreçlerinin yönetimi için pratiğe yönelik tavsiyeler sunmaktır. Bu kapsamda dijitalleşmenin karanlık tarafı üzerine yayınlanmış makaleler sistematik literatür taraması yöntemiyle incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, dijital dönüşüm, karanlık taraf, dijitalleşme yönetimi



THE DARK SIDE OF DIGITALIZATION IN BUSINESS ENTERPRISES: A LITERATURE REVIEW

Ömer Faruk ALADAĞ

Inönü Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5176-679X

ABSTRACT

Digitalization has risen as one of the most prominent transformative forces for businesses in recent years. Parallel to this, researchers have conducted many studies on digitalization in businesses and formed a considerable body of knowledge in a relatively short time period. While digital transformation has been fundamentally changing business practices in many industries, academic literature has mostly focused on its advantages. Cost reduction in value chains, strengthening of organizational control mechanisms etc. have been argued as important improvements brought by digitalization. On the other hand, negative aspects of digitalization have been largely neglected by researchers. Data security violations, governance problems in digital organizations, employee backlash against increasing management control point to the fact that digitalization is a difficult process to manage. This study aims to understand the thematic structure of the literature on business digitalization and provide meaningful directions for future research.

Keywords: Digitalization, digital transformation, dark side, digitalization management



A FAD OR THE FUTURE? SCRUNTINIZING CRYPTOCURRENCY FROM A MARKETING POINT OF VIEW

Bedri Münir ÖZDEMİR

Çankırı Karatekin Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5176-679X

ABSTRACT

Cryptocurrency has been a fast-growing industry thanks to the rapid digitalization around the world. It is believed that in the near future crypto industry could be worth multi-trillion dollars with billions of new adopters. The current technology makes it very easy to access the crypto world, which helps to increase its popularity as an investment tool specifically among young generations. Anyone with smartphone and internet could easily sign up a crypto exchange and start to trade cryptocurrencies. On the other hand, there are some issues that slows down the increase in the number of new adopters. The most prominent one is the lack of regulations in order to bring accountability and trust for the new users. On top of that the energy consumption while running cryptocurrency systems is counted another issue that adds on the climate change. Because of these reasons, some might believe this industry is not going to live long and will decrease soon. However, being a limited financial resource and reachable to everyone, it could help decreasing the poverty. There are also many functional crypto systems such as providing cyber security by decentralization of the information storage or tracking goods by assigning unique identification numbers. In addition to that some of them create new forms of entertainment and socializing platforms such as metaverses, which gets the attention of young population. Hence, crypto industry is a potent phenomenon that should be observed in details by academic world. Although there are some studies in different areas, there is lack of study within the marketing realm. This study aims to scrutinize cryptocurrency researches in marketing literature to shed more lights on the subject for future studies.

Keywords: Cryptocurrency, marketing, branding



KURUMSAL KAYNAK PLANLAMASI (ERP) SİSTEMLERİNİN MUHASEBE SÜREÇLERİNE ETKİSİ: OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE BİR FİRMA ÖRNEĞİ

Şebnem ADA

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1484-5533

Halil GÜLMEZ

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1951-8083

ÖZET

İşletmelerin günümüz koşullarında faaliyetlerini devam ettirebilmeleri ve rekabet düzeylerini en üst düzeye taşıyabilmeleri için bilgi teknolojilerinin kullanımı vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Bu rekabet üstünlüğünü sağlayan bilgi teknolojisi unsurlarından biri de Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) sistemleridir. Bu sistemler, işletmelerin faaliyetlerini yürütmeleri ve kaynaklarını etkin kullanarak maliyet avantajı sağlamaları için kullanmış oldukları bütünleşik yönetim sistemleridir. Farklı ihtiyaçlar için farklı işletme uygulamalarını bir araya getirme özelliğine sahip olan ERP sistemlerinin işletmelerde muhasebe süreçlerinin işleyişine de olumlu yönde katkısı olmuştur. Bu çalışmanın amacı ERP yazılımının işletmelerde kullanımının işletmelerin muhasebe süreçlerine katkılarını, muhasebe işlemleri açısından sağladığı kolaylıkları ve yazılıma uyum sürecinde yaşanan sorunları belirlemektir. Nitel araştırmayöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak Konya ilinde otomotiv sektöründe faaliyette bulunan bir firmanın beş çalışanından (genel müdür yardımcısı, finans müdürü, maliyet ve bütçe uzmanı, iki muhasebe uzmanı) yarı yapılandırılmış anket formu aracılığıyla veri toplanmıştır. Araştırma bulguları doğrultusunda; firmada ERP sistemine geçişin sonrasında muhasebe süreçleri açısından; siparişlerin otomatik olarak faturaya dönüşmesi, tüm kayıtların hatasız ve otomatik gerçekleşmesi, gerçekleşen ve bütçelenen muhasebe verilerinin karşılaştırılması gibi kolaylıklar sağlandığı belirlenmiştir. Ayrıca ERP sisteminin uygulanmasının çalışanların iş yoğunluğunun artmasına ve teknolojiye uyum sağlayamayan çalışanların işten ayrılmasına neden olduğu belirtilmiştir. Sistemin tam anlaşılmasından kaynaklı fatura girişlerinde hataların yapılması, hesap planının sisteme entegre şekilde kurgulanmasından dolayı çalışanların sıkıntılar yaşamaması, diğer muhasebe programlarından farklı olması nedeniyle uyum sağlamada



sıkıntılar yaşanması muhasebe açısından çalışanların yaşadığı zorluklar olarak sıralanabilmektedir. Ancak genel olarak görüş belirten çalışanların; resmi defterlerin hızlı ve kolay bir şekilde oluşturulup raporlanmasının elektronik ortamda kontroller yapılmasına fayda sağladığı, duran varlık yönetimi ile sabit kıymetlerin ömürlerinin takip edilmesinin kolaylaştığı, elektronik beyanname yöntemiyle beyanname verilme süresinin kısalması ile kanuni açıdan cezaların gelmemesi gibi nedenlerle ERP sisteminin muhasebe süreçlerinde kullanımından memnun oldukları sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal kaynak planlaması (ERP), finansal muhasebe, muhasebe süreçleri, otomotiv sektörü



THE IMPACT OF ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP) SYSTEMS ON ACCOUNTING PROCESSES: A CASE OF A COMPANY IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY

Şebnem ADA

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1484-5533

Halil GÜLMEZ

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1951-8083

ABSTRACT

The use of IT has become an indispensable element for businesses to continue their activities and to maximize their level of competition in today's conditions. One of the IT elements that provide this competitive advantage is ERP systems. These systems are integrated management systems that businesses use to carry out their activities and provide cost advantage by using their resources effectively. ERP systems, which have the feature of bringing together different business applications for different needs, have also contributed positively to the functioning of accounting processes in businesses. The aim of this study is to determine the contribution of the use of ERP software to the accounting processes of the enterprises, the convenience it provides in terms of accounting transactions and the problems experienced in the adaptation process to the software. Using the interview technique, one of the qualitative research methods, the data were collected through a semi-structured questionnaire from five employees (vice general manager, finance manager, cost and budget specialist, two accounting specialists) of a company operating in the automotive sector in Konya, Türkiye. According to the research findings, after the transition to the ERP system in the company; it has been determined that conveniences such as automatic conversion of orders into invoices, error-free and automatic realization of all records as well as comparison of actual and budgeted accounting data are provided in terms of accounting processes. In addition, it has been stated that the implementation of the ERP system causes the workload of the employees to increase and the employees who cannot adapt to the technology leave the job. The difficulties experienced by the employees in terms of accounting can be listed as making mistakes in the invoice entries due to the incomprehension of the system, difficulties faced by the employees due to the fact that the chart of accounts is built



in an integrated manner with the system, and difficulties in adapting because it is different from other accounting programs. However, it has been concluded that employees are generally satisfied with the use of the ERP system in accounting processes due to the reasons such as the fast and easy creation and reporting of official books helps to make controls in the electronic environment, the tracking of fixed assets is easier with fixed asset management, and the period of filing the declaration with the electronic declaration method is shortened which enables not to receive legal penalties.

Keywords: Enterprise resource planning (ERP), financial accounting, accounting processes, automotive industry



İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ETKİNLİĞİNİN ARTIRILMASI İÇİN DİJİTAL STRATEJİ ÖRNEKLERİ

Oya ALHAN

İstanbul Medipol Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5749-5572

ÖZET

İnsan kaynakları departmanı şirketlerin etkinliklerinin ve verimliliklerinin artırılmasında çok önemli bir role sahiptir. Çalışanların eğitilmesi, performans yönetimi, personelin işe alınması ve terfi sürecinin yönetilmesi gibi çok önemli hususlar insan kaynakları departmanları tarafından yürütülmektedir. Bundan dolayı, şirketlerin uzun vadeli hedeflerine ulaşabilmelerinde insan kaynakları departmanlarının etkin olması çok önemlidir. Başarılı olmayan insan kaynakları departmanına sahip şirketlerin piyasada rakipleri ile mücadele edebilmesi çok mümkün değildir. Dolayısıyla, şirketlerin öncelikle insan kaynakları departmanının etkinliğinin artırılmasına yönelik birtakım stratejiler belirlemeleri gerekmektedir. Bu süreçte önem arz eden husus da çok hızlı bir şekilde gelişen teknolojidir. Teknolojik gelişmeler insan kaynakları departmanlarının faaliyetleri üzerinde de çok etkili olmuştur. Bu çerçevede, rakiplerine kıyasla rekabet gücü elde etmeye çalışan şirketlerin insan kaynakları yönetimine ilişkin de dijital stratejiler geliştirmeleri zaruri hale gelmiştir. En basit tanımıyla, dijital insan kaynakları yönetimi departmana ait hizmetlerin dijital ortamda yürütülmesi anlamına gelmektedir. Uygulanacak dijital insan kaynakları yönetimi stratejileri sayesinde, şirketlerin hem verimliliklerinin artırılabilmesi hem de insan kaynakları departmanının daha etkin bir şekilde faaliyet gösterebilmesi mümkün olabilecektir. Örnek olarak, işe alım süreçlerinde adaylar ile öncelikle dijital ortamda ön görüşme testi yapılmalıdır. Bu durum, pozisyon için en uygun olan adaya çok daha kolay ve hızlı bir şekilde ulaşılabilmesine olanak tanıyacaktır. Eğitim süreçlerinin de online ortamda gerçekleştirilebilmesi öne çıkan başka bir dijital insan kaynakları yönetimi stratejisidir. Yüz yüze yapılan eğitimler hem vakit kaybına hem de maliyetlerin artmasına sebebiyet verebilmektedir. Bu süreçlerin dijital ortamda gerçekleştirilmesi sayesinde şirketin verimliliğinin artırılabilmesi çok daha kolay olabilmektedir. Son olarak, dijital uygulamalar sayesinde şirket içerisindeki iletişimin artırılabilmesi daha kolay olabilmektedir. Örneğin, şirketin geliştirilmesine yönelik öneriler dijital ortamda çok daha hızlı bir şekilde ulaşabilmek mümkündür. Belirtilen bu uygulamalar sayesinde insan kaynakları departmanlarının



etkinliklerinin arttırılabilmesi çok daha kolay olabilecektir. Bu durum da şirketlerinin performansını olumlu yönde etkileyecektir.

Anahtar Kelimeler: Stratejik yönetim; insan kaynakları yönetimi; dijital insan kaynakları yönetimi



EXAMPLES OF DIGITAL STRATEGY FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Oya ALHAN

İstanbul Medipol Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5749-5572

ABSTRACT

The human resources department has a very important role in increasing the efficiency and productivity of companies. Very important issues such as training of employees, performance management, recruitment of personnel and management of the promotion process are carried out by the human resources departments. Therefore, it is very important for companies to have effective human resources departments in order to achieve their long-term goals. It is not possible for companies with unsuccessful human resources departments to compete with their competitors in the market. Therefore, companies must first determine some strategies to increase the effectiveness of the human resources department. The important point in this process is the rapidly developing technology. Technological developments have also been very effective on the activities of human resources departments. In this context, it has become imperative for companies trying to gain competitiveness compared to their competitors to develop digital strategies regarding human resources management. In its simplest definition, digital human resources management means the execution of the services of the department in a digital environment. Thanks to the digital human resources management strategies to be implemented, it will be possible to increase the efficiency of the companies and the human resources department to operate more effectively. For example, a preliminary interview test should be done in the digital environment with the candidates in the recruitment processes. This will allow the most suitable candidate for the position to be reached much more easily and quickly. Another prominent digital human resources management strategy is that training processes can also be carried out online. Face-to-face training can cause both loss of time and increase in costs. By performing these processes in a digital environment, it is much easier to increase the efficiency of the company. Finally, it can be easier to increase communication within the company thanks to digital applications. For example, it is possible to reach suggestions for the development of the company much more quickly in the digital environment. Thanks to these applications, it will be much easier to increase the efficiency of human



resources departments. This will positively affect the performance of their companies.

Keywords: Strategic management; human resources management; digital human resources management



DİJİTAL STRATEJİLERİN ŞİRKETLERİN UZUN VADELİ HEDEFLERİNE ULAŞMADAKİ ROLÜ

Mehmet Ali ALHAN

İstanbul Medipol Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0154-1741

ÖZET

Şirketler varlıklarını sürdürebilmek için belirli bir karlılık seviyesine ulaşabilmelidirler. Bununla birlikte, bu karlılığın uzun vadeli olabilmesi için şirketlerin başka hususlara da odaklanmaları gerektiği anlaşılmaktadır. Bu süreçte en fazla önem arz eden faktörlerden biri de teknolojik gelişmelerdir. Özellikle son yıllarda teknoloji inanılmaz bir şekilde gelişmektedir. Şirketlerin de uzun vadeli hedeflerine ulaşabilmeleri için bu teknolojik gelişime ayak uydurmaları gerekmektedir. Aksi durumda, şirketler rekabet güçlerini kaybedecek ve bu durum da şirketlerin rekabetçi piyasalarda ayakta kalabilmelerini oldukça zorlaştıracaktır. Bundan dolayı, şirketlerin dijital stratejiler geliştirerek performanslarını iyileştirebilmek için teknolojik yenilikleri de dikkate almaları gerekmektedir. Bu bağlamda, öncelikli olarak, şirketlerin sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Bu platformlar sayesinde, şirketin marka gücünün dijital ortamlarda da artırılabilmesi mümkün olabilecektir. Belirtilen hususların yanı sıra, şirketlerin aktif ve etkin bir web sitesi oluşturmaları da bu süreçte önem arz etmektedir. Kapsamlı bir şekilde hazırlanmış olan web sitesi sayesinde etkin dijital stratejiler üretilebilecektir. Üçüncü olarak da dijital pazarlama faaliyetleri de şirketlerin uzun vadeli hedeflerine ulaşabilmeleri için hayati önem arz etmektedir. Bu bağlamda, önemli anahtar kelimeler belirlenerek müşterilerin arama motorlarında araştırma yaparken karşısına çıkabilmek gerekmektedir. Bu sayede, şirketlerin daha fazla müşteriye çok düşük maliyetler ile ulaşabilmeleri mümkün olabilecektir. Öte yandan, dijital pazarlama kapsamında elektronik postaların da kullanılması faydalı olabilmektedir. Bu sayede, internet sitesi üzerinden şirkete üye olmuş müşterileri herhangi bir masraf olmadan ürünlerin tanıtımı mümkün olabilecektir. Özetle, şirketlerin stratejilerini oluştururken dijital hususlara da önem vermeleri elzem hale gelmiştir. Aksi durumda, rekabetin çok yoğun olduğu ortamlarda büyük şirketler ile mücadele edebilmek imkânsız hale gelecektir. Dolayısıyla, uzun vadeli hedeflere ulaşılabilmesinde şirketlerin dijital stratejilere odaklanmaları zaruri hale gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Strateji, dijital strateji, stratejik yönetim



THE ROLE OF DIGITAL STRATEGIES IN REACHING THE LONG-TERM GOALS OF COMPANIES

Mehmet Ali ALHAN

İstanbul Medipol Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-0154-1741

ABSTRACT

Companies must reach a certain level of profitability to survive. However, it is understood that companies need to focus on other issues for this profitability to be long-term. One of the most important factors in this process is technological developments. Especially in recent years, technology has been developing incredibly. For companies to reach their long-term goals, they need to keep up with this technological development. Otherwise, companies will lose their competitiveness, and this will make it very difficult for companies to survive in competitive markets. Therefore, companies need to consider technological innovations to improve their performance by developing digital strategies. In this context, first, companies need to use social media actively. Thanks to these platforms, it will be possible to increase the brand power of the company in digital environments. In addition to the mentioned issues, it is also important for companies to create an active and effective website in this process. Thanks to the comprehensively prepared website, effective digital strategies will be produced. Thirdly, digital marketing activities are vital for companies to achieve their long-term goals. In this context, it is necessary to identify important keywords and be able to come across customers while researching in search engines. In this way, it will be possible for companies to reach more customers with very low costs. On the other hand, it can be beneficial to use e-mails within the scope of digital marketing. In this way, it will be possible to promote products to customers who have become members of the company through the website without any expense. In summary, it has become essential for companies to give importance to digital issues while creating their strategies. Otherwise, it will be impossible to compete with large companies in environments where competition is very intense. Therefore, it has become essential for companies to focus on digital strategies to achieve long-term goals.

Keywords: Strategy, digital strategy, strategic management



TOPLUM 5.0'IN SAĞLIK SEKTÖRÜNE OLAN KATKILARINA YÖNELİK BİR İNCELEME

Engin KARAFAKIOĞLU

Beykent Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8308-4347

ÖZET

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler toplum ve işletmelerde büyük değişimlere neden olmuştur. Son yıllarda yaşanan dijital dönüşümle birlikte yeni değerler yaratılmış ülkelerin ve toplumların yaşamsal alışkanlıkları değişmiştir. Bu gelişmelerden biri olan Toplum 5.0 ile Japonya'da 2015 yılında Süper Akıllı Toplum fikri olarak ortaya atılmıştır. Toplum 5.0'in amacı dijitalleşme ve teknolojik süreçlerle insan hayatını kolaylaştırarak insan makine işbirliğini sağlamaktır. Toplum 5.0'in getirdiği yeniliklere bakıldığında insan teknoloji ilişki boyutunu verimli bir şekilde sağlayarak teknolojik gelişmeleri toplumlara entegre etmektir. İnsan ve teknoloji yaklaşması sonucu oluşan bilgi toplumu ile büyük değişim yaşayan sektörlerden biri de sağlık sektörüdür. Eylül 2015'te Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri kapsamında 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi benimsenmiştir. Bu doğrultuda belirlenen 17 hedefin üçüncüsünü sağlık sektöründeki değişimler oluşturmaktadır. Bu değişimlerden bazıları Doktor-Hasta-Makine üçlüsünden oluşan dijital sağlık ekipleri, giyilebilir sağlık cihazları, mobil sağlık uygulamaları, yapay zeka sağlık taramalarıdır. Bu kapsamda hastalara ait sağlık verilerinin doğru teşhis ve etkin tedavi noktasında analiz edilebilmesi için yapay zeka ve otomasyon sistemlerinin kullanılması, mobil uygulamalar sayesinde sağlığın ve zindeliğin korunması adına nabız atışı, kalp basıncı, tansiyon, vücut ısı, atılan adım sayısı, uyku düzeni, gıdadaki kalorileri gösteren verilere ulaşılabilmektedir. Toplum 5.0'in sağlık sektörüne yaptığı katkılar konulu bu çalışmada literatür taranarak incelenmiştir. Araştırma sonucunda Toplum 5.0'in gelişimi toplumlara ekonomik ve toplumsal sorunları çözme noktasında insan merkezli bir toplum hedeflediği ortaya konmuştur. Toplum 5.0 sağlık sektörüne dijitalleşme boyutunda yön vererek insan hayatını kolaylaştırmıştır.

Anahtar Kelimeler: Toplum 5.0, sağlık 4.0, dijitalleşme



A REVIEW OF SOCIETY 5.0'S CONTRIBUTIONS TO THE HEALTH SECTOR

Engin KARAFAKIOĞLU

Beykent Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8308-4347

ABSTRACT

Rapid developments in information and communication technologies have caused great changes in society and businesses. With the digital transformation experienced in recent years, the vital habits of countries and societies that have created new values have changed. One of these developments, Society 5.0, was introduced in Japan in 2015 as the idea of a Super Smart Society. The purpose of Society 5.0 is to facilitate human-technology cooperation by facilitating human life through digitalization and technological processes. Considering the innovations brought by Society 5.0, it is to integrate technological developments into societies by providing the human-machine relationship dimension efficiently. One of the sectors that has undergone great change with the information society formed as a result of the convergence of people and technology is the health sector. In September 2015, the 2030 Agenda for Sustainable Development was adopted within the scope of the United Nations Sustainable Development Goals. The third of the 17 targets determined in this direction is the changes in the health sector. Some of these changes are digital health teams consisting of the Doctor-Patient-Machine trio, wearable health devices, mobile health applications, artificial intelligence health scans. In this context, the use of artificial intelligence and automation systems in order to analyze the health data of patients at the point of correct diagnosis and effective treatment, to protect health and vitality thanks to mobile applications, heart rate, heart pressure, blood pressure, body temperature, number of steps taken, sleep pattern, calories in food data are available. In this study on the contributions of Society 5.0 to the health sector, the literature was scanned and examined, and as a result of the research, the development of Society 5.0 aimed at a human-centered society at the point of solving economic and social problems. It has facilitated human life by giving direction to the health sector in the dimension of digitalization.

Keywords: Society 5.0, health 4.0, digitalization



KRİZ KOŞULLARINDA DİJİTALLEŞME YÖNETİMİ

Alperen MANISALIGIL

Marmara Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6632-1948

ÖZET

COVID-19 salgını, neredeyse bütün örgütleri krize sürükleyen bir uç olaydır. Salgının doğurduğu sosyal mesafenin korunması gibi gerekliliklerden ötürü, çok sayıda örgüt kriz ortamında hızla dijitalleşmek zorunda kalmıştır. Bu dijitalleşme sahaları arasında e-ticarete başlama veya mevcut e-ticaret hacmini büyütme, uzaktan çalışmaya geçme, yeni teknolojilerin kullanımına başlama ve eski teknolojilerin kullanım alanlarını çoğaltma yer almaktadır. Bu araştırmada, kriz ortamında örgütlerin sayılan dijitalleşme örneklerini nasıl ve hangi koşullarda etkili bir şekilde hayata geçirebilecekleri sorusuna yanıt aranmaktadır. Bu soruyu derinlikli bir biçimde cevaplandırmak üzere, maksimum çeşitlilik örnekleme yaklaşımı ve analiz ünitesi olarak örgütler seçilerek, kriz esnasında dijitalleşmede başarılı ve başarısız olan toplam dört şirket çoklu vaka analizi yöntemiyle incelenmektedir. Araştırmanın veri setini, ilgili şirketlerin üst yönetim toplantılarına uzaktan bağlanarak yapılan gözlem, farklı kademe ve rollerden yönetici ve çalışanlarla yapılan derinlemesine mülakatlar ve şirketlerin arşiv kaynakları oluşturmaktadır. Araştırma çıktıları, iki kriz yönetimi yaklaşımı arasından krizi tekil bir olay olarak çerçeveselendirmeyi seçen şirketlerin değil, krizi bir süreç olarak ele almayı tercih eden şirketlerin dijitalleşme yönetiminde daha başarılı olduğunu meydana çıkarmaktadır. Türk şirketlerinin yakın tarih boyunca çeşitli krizlerin üstesinden gelmeyi başardığı bilinmekteyken, bu araştırma bulguları şirketlerin krizi yönetirken inovasyon da yapabilmelerinin ve krizlerden örgütsel düzeyde olgunlaşarak çıkabilmelerinin bugüne kadar tespit edilenlerden daha incelikli bir yaklaşım gerektirdiğini açığa çıkarmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kriz yönetimi, inovasyon yönetimi, dijitalleşme, örgüt kuramı, örgütsel davranış



DIGITALIZATION IN CRISIS CONDITIONS

Alperen MANISALIGIL

Marmara Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6632-1948

ABSTRACT

Many organizations experienced a crisis during the COVID-19 pandemic. This extreme event enforced various measures, such as social distancing, that required many organizations to rapidly digitalize amidst the crisis. Areas of digitalization included remote working, the start or growth of e-commerce, and the use of new technologies or the expanded utilization of old technologies. In this research, I aim to explain how and under what conditions organizations effectively manage digitalization in those areas in the crisis context. I employ the maximum variation sampling and choose organizations as the unit of analysis to conduct a multiple case study to profoundly address this question. The four cases include successful and unsuccessful companies in their digitalization efforts during the COVID-19 pandemic. I compile the data set from remote observations in board meetings, in-depth interviews with participants across different departments and hierarchical positions, and archival sources from these companies. I identify that among the two approaches to crisis management, managing 'crisis-as-process' is more fruitful in pursuing digitalization compared to managing 'crisis-as-event'. While Turkish companies effectively coped with various crises throughout the recent history, the findings of this research reveal that companies' innovativeness and achievement of organizational growth through crisis require a more sophisticated understanding than what has been reached until now.

Keywords: Crisis management, innovation management, digitalization, organization theory, organizational behavior



ULUSLARARASI TİCARETTE DİJİTAL GÜMRÜK UYGULAMALARININ ÖNEMİ

İpek GÜRSOY

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6409-7177

Muhammed TURĞUT

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-0868-7041

ÖZET

Globalleşme olgusu ile birlikte işletmelerin uluslararasılaşma ve küresel marka olma istekleri her geçen gün artmaktadır. Uluslararası pazarlara ulaşmak ve nüfuz etmek isteyen işletmeler bu süreçlerde birtakım zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu zorluklardan en önemlisi hitap edilmesi planlanan uluslararası pazarlara girişte işletmelerin yönetmesi gereken gümrükleme süreçleri ve bu süreçlerin doğurduğu bürokratik işlemlerdir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması ve müşteri sadakati oluşturulması açısından büyük bir öneme sahip ticari faaliyetlerin başarısı gümrükleme sürecinin hızlı, doğru ve eksiksiz olarak gerçekleştirilmesine bağlıdır. Gümrükleme süreçlerinin uzun sürmesi, çok fazla evrak gerektirmesi ve birçok kişinin onayından geçmesi gibi komplike işlemlerin kolaylaştırılması için Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ve Dünya Gümrük Örgütü (WCO) gibi ticaretin çatı kuruluşları sürekli iyileştirici çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmalardan biri de uluslararası ticaretin etkili ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesini doğrudan etkileyen gümrükleme faaliyetlerinin kolaylaştırılması işlemidir. Bu işlemin en temel noktası ise bu süreçlerin dijital ortamda gerçekleşmesidir. Bununla birlikte, gümrükleme süreçlerinde etkililik ve verimlilik unsurlarının yanı sıra güvenlik unsurunun büyük bir önem arz etmesi dijitalleşmeyi bu alanda adeta zorunlu kılmaktadır. Bu çalışma ile Ticaret Bakanlığı'nın uygulamaya koymuş olduğu Bilgisayarlı Transit Sistemi, Kâğıtsız Beyanname, Tek Pencere Sistemi, Konteyner ve Liman Takip Sistemi gibi dijital gümrük uygulamaları ele alınacak olup, bu uygulamaların uluslararası ticaret açısından önemi teorik açıdan incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Gümrük, dijital gümrük uygulamaları, uluslararası ticaret.



THE IMPORTANCE OF DIGITAL CUSTOMS APPLICATIONS IN INTERNATIONAL TRADE

İpek GÜRSOY

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6409-7177

Muhammed TURĞUT

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-0868-7041

ABSTRACT

With the phenomenon of globalization, the desire of organizations to internationalize and become a global brand is increasing day by day. Organizations that want to reach and penetrate international markets come across some difficulties in these processes. The most important of these difficulties is the customs clearance processes that organizations have to manage when entering the international markets that are planned to be addressed, and the bureaucratic procedures caused by these processes. The success of commercial activities, which are of great importance in terms of ensuring customer satisfaction and creating customer loyalty, depends on the fast, accurate and complete customs clearance process. The umbrella organizations of trade, such as the World Trade Organization (WTO) and the World Customs Organization (WCO), are constantly working on improvement in order to facilitate complex procedures such as the customs clearance processes taking long, requiring a lot of paperwork and passing the approval of many people. One of these studies is the facilitation of customs clearance activities, which directly affects the effective and efficient realization of international trade. The most basic point of this process is that these processes take place in a digital environment. However, the importance of security as well as effectiveness and efficiency in customs clearance processes makes digitalization a necessity in this field. In this study, digital customs applications such as Computerized Transit System, Paperless Declaration, Single Window System, Container and Port Tracking System put into practice by the Ministry of Commerce will be discussed and the importance of these applications in terms of international trade will be examined theoretically.

Keywords: Customs, digital customs applications, international trade.



EKONOMİK KRİZ DÖNEMİNDE TÜKETİCİLERİN KREDİ KARTI KULLANIMI

Figen ÖCAL

Nişantaşı Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8695-0853

Süphan NASIR

İstanbul Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2302-334X

ÖZET

Günümüzde vazgeçilmez bir araç olarak cüzdanlarımızda yer alan kredi kartlarının, teknolojik gelişmeler ve pandemi etkisiyle birlikte piyasadaki kullanımının da gittikçe arttığı gözlenmektedir. Kredi kartları tüketicilerin anlık finansman ihtiyacını gidermesinin yanı sıra nakit ihtiyaçlarını karşılama, ödemeleri zamana yayarak finansman kaynağı oluşturma ve tüketim ihtiyaçlarını gidermede en etkili araçtır. Kredi kartlarını internet ile olan adaptasyonu sayesinde dünyanın her yerinde zaman ve mekan gözetmeksizin nakit ihtiyacı duymadan milyonlarca marketten ve mağazadan alışveriş yapılabilmektedir. Bu nedenle günümüzde kredi kartı kullanımı çok yaygın hale gelmiştir. Piyasalarda arz tarafında ve tüketici alışkanlıklarında yaşanan bu değişim ile, kredi kartı sayısı 2015 12. ayında 58 milyon iken, 2022 yılı 3. Ay itibariyle 88 milyona ulaşmıştır. 2015/12-2022/3 dönemleri arasında kredi kartı sayısındaki %51'lik artışın da kredi kartı ile yapılan işlem miktarındaki artışta etkili olduğu görülmüştür. Türkiye'de son sekiz yılda kredi kartı ile yapılan nakit avans çekimi % 263 oranında, alışveriş tutarı ise % 331 oranında artarak toplam işlem hacmi 2022/3 itibariyle 208,4 milyar YTL'ye ulaşmıştır. Araştırmanın amacı ekonomik kriz döneminde tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıkları, kredi kartı ile yapılan harcama miktarı, kredi kartı borcunun ödenmesi, kredi kartlarının sektörlere göre kullanımı gibi davranış analizleri ile cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, aylık gelir miktarı vb demografik özellikler arasındaki ilişkinin araştırılmasıdır. Bu çalışmada kullanılacak anket çalışması için Kredi kartları ile ilgili yapılmış olan önceki çalışmalardaki ölçeklerden yararlanılmıştır (Kurtuluş & Nasır, 2006; Tuğay & Başgöl, 2007; Girginer, Erken Çelik & Uçkun, 2008; Özkan, 2014; Suher, Ulusu & Bir, 2014; Cebeci & Uçar, 2016). Bu çalışma ile kredi kartlarının tüketiciler tarafından kullanım şekilleri ve tutumları araştırma bulguları ile ortaya konacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kredi kartı, tüketici davranışları, internet bankacılığı, mobil bankacılık



CREDIT CARD USE OF CONSUMERS IN THE PERIOD OF ECONOMIC CRISIS

Figen ÖCAL

Nişantaşı Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-8695-0853

Süphan NASIR

İstanbul Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2302-334X

ABSTRACT

It is observed that the use of credit cards, which are in our wallets as an indispensable tool today, has increased in the market with the effect of technological developments and the pandemic. Credit cards are the most effective means of meeting the cash needs of consumers, creating a source of finance by spreading the payments over time, and meeting their consumption needs, as well as meeting the instant financing needs of consumers. Thanks to the adaptation of credit cards to the internet, it is possible to shop from millions of markets and stores all over the world, regardless of time and place, without the need for cash. For this reason, the use of credit cards has become very common today. With this change in the supply side and consumer habits in the markets, the number of credit cards has increased from 58 million in the 12th month of 2015 to 88 million as of the 3rd month of 2022. The growth of 51% in the number of credit cards between the periods of 2015/12-2022/3 was also seen to be effective for the increase in the amount of transactions made with credit cards. In the last eight years in Turkey, cash advance withdrawals made by credit card increased by 263% and the amount of shopping increased by 331%, and the total transaction volume reached 208.4 billion YTL as of 2022/3. The aim of the research by during the economic crisis is to analyze the behavior of consumers such as credit card usage habits, the amount of spending with credit cards, payment of credit card debt, according to sectors use of credit cards with research relations such as gender, marital status, age, education level, monthly income, etf. demographic characteristics. For the survey to be used in this research, the scales in previous studies on credit cards were used. (Kurtuluş & Nasır, 2006; Tuğay & Başgöl, 2007; Girginer, Erken Çelik & Uçkun, 2008; Özkan, 2014; Suher, Ulusu & Bir, 2014; Cebeci & Uçar, 2016). With this study, the usage patterns and attitudes of credit cards by consumers will be revealed with research findings.

Keywords: Credit card, consumer behavior, internet banking, mobile banking



ENFLASYONİST EKONOMİ VE PANDEMİ ETKİSİNDE TÜKETİCİLERİN TATİL TERCİHLERİ

Süphan NASIR

İstanbul Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2302-334X

Merve KIR

İstanbul Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-8883-180X

ÖZET

Tüketicilerin tatil alışkanlıkları ve tercihleri dış etkenlerden ve güncel olaylardan etkilenecek şekilde değişim göstermektedir. Bu araştırma ile tüketicilerin tatil alışkanlıklarında ve tercihlerinde nasıl bir dönüşümün gerçekleştiğini ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Araştırma 18-26 Haziran 2022 tarihleri arasında Tüketici Birliği Federasyonunun kayıtlı veri tabanındaki 442 tüketicilerin katılımı ile gerçekleşmiştir. Katılımcılardan online anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Katılımcılardan toplanan veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçları tüketicilerin %61'inin tatil planlarını önceden yaptığını, %69'unun tatile çıkmak için bütçesinin yeterli olmadığını ortaya çıkarmıştır. Tatile gideceğini beyan eden tüketicilerin %62'sinin yola kişisel araçları ile çıktığı, %56'sının deniz tatili tercih ettiği, %13'ünün her şey dahil otelleri tercih ettiği, %15'inin konaklayacağı yere karar verirken sosyal medya reklamlarından etkilendiği ve %75'inin ise indirimli fiyatlardan yararlanmak için erken rezervasyon yaptırdığını, görülmüştür. Rezervasyon yaptıran tüketicilerin %67'si doğrudan konaklama yeri ile iletişime geçmeyi tercih ettiğini belirtirken, %21'i online otel rezervasyon siteleri kullandığını, %10'u ise seyahat acentesi aracılığı ile rezervasyon yaptırmayı tercih ettiğini belirtmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tüketici davranışı, tatil alışkanlıkları, tatil tercihleri



HOLIDAY PREFERENCES OF CONSUMERS UNDER THE EFFECT OF THE INFLATIONIST ECONOMY AND THE PANDEMIC

Süphan NASIR

Istanbul Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2302-334X

Merve KIR

Istanbul Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-8883-180X

ABSTRACT

The holiday habits and preferences of consumers change by being affected by external factors and current events. With this research, it is aimed to reveal what kind of transformation has taken place in the holiday habits and preferences of consumers. The research was carried out with the participation of 442 consumers in the registered database of the Consumer Union Federation between 18-26 June 2022. Data were collected from the participants by online survey method. The data collected from the participants were analyzed using the SPSS package program. The results of the analysis revealed that 61% of consumers made their holiday plans in advance, and 69% of them did not have enough budget to go on holiday. The results also showed that 62% of consumers declaring that they will go on vacation set off with their personal vehicles, 56% prefer a sea holiday, 13% prefer all-inclusive hotels, 15% are influenced by social media advertisements when deciding where to stay and 75% made early reservations to take advantage of the discounted prices. While 67% of the consumers who made a reservation stated that they preferred to contact the accommodation directly, 21% stated that they used online hotel reservation sites and 10% preferred to make a reservation through a travel agency.

Keywords: Consumer behaviour, holiday preferences, holiday habits.



GELECEĞİN ÖĞRENME METODOLOJİSİ: SÜRÜKLEYİCİ SANAL ORTAMLARDA BAĞLAMSAL ÖĞRENME

Mehtap BATTAL

Bahçeşehir Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1195-8532

ÖZET

Dijital teknolojik gelişmeler, eğitim için inovatif öğrenme araçlarının kolaylıkla kullanılmasını sağlar; eğitimde dijital teknoloji adaptasyonundaki gelişmeler artan bir ivme ile devam etmektedir. Sürükleyici sanal ortamlarda bağlamsal öğrenme araştırmaları görece yeni bir araştırma alanıdır; ancak, hızla büyümektedir. Sanal, akıllı, kişiselleştirilmiş öğrenme tekniklerinin artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) teknolojileri sayesinde gelecekte öğrenmenin yeni yöntemi olacağı beklenmektedir. Dijital teknolojilerle entegre eğitim için reform yapma baskısı, üssel büyüme trendinde olan dijital teknolojik inovasyonun bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Kaynakların optimal kullanımı, artan kapasite ve azalan maliyetler sayesinde sürükleyici deneyim sunan teknolojiler öğrenme konusundaki etkisini giderek artırmaktadır. Bu durum, inovatif eğitim yöntemlerinin uygulanmasını teşvik ederek öğrenme deneyimine yeni öğretim modları eklemektedir. Sürükleyici VR/AR teknolojileri, öğrenmeyi dönüştürmek ve ilgi çekici deneyimler yaratmak için büyük bir potansiyele sahiptir. Sürükleyici deneyim sunan teknolojilerindeki gelişmeler yenilikçi eğitim ortamlarının kullanılması için çok uygun bir zemin hazırlar. Bu çalışmada, literatürde son yirmi yıl içinde sürükleyici sanal ortamlarda bağlamsal öğrenme konusunda yapılan araştırmalar taranmıştır. Özellikle, mühendislik ve tıp alanlarında sürükleyici VR/AR teknolojilerinin, öğrenmeyi fizikselden sanala dönüştürme gücü, geleneksel öğrenme yerine en son metodolojik destek biçimleri, yeni nesil öğrenme deneyimleri yaratma potansiyeli ve bilginin özümsemesinin etkinliği incelenmiştir. Çalışma sonucunda, sanal ve artırılmış gerçekliğin yeni bilgi öğrenme konusunda yüksek motivasyon sağladığı, eğitim içeriklerinin kolaylıkla uygulanarak farklı bir deneyim kazanıldığı görülmüştür. Kullanılan görsel ve işitsel unsurların bilginin özümsemesini desteklediği görülmüştür. Başka türlü öğrenmenin mümkün olmadığı, gerçek dünyada uygulama şansı olmayan tehlikeli ve karmaşık durumlarda olumsuz sonuçlara sebep olmadan yaratılan simülasyon ortamlarının yüksek performans sağladığı anlaşılmıştır. Bu çerçevede, bilimsel çalışma yapan araştırmacıların, akademisyenlerin, eğitim politikaları belirleyicilerin sürükleyici



deneyim konusundaki potansiyeli değere çevirebilmeleri için hızla harekete geçmeleri gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürükleyici sanal ortam, bağlamsal öğrenme, artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR)



LEARNING METHODOLOGY OF THE FUTURE: CONTEXTUAL LEARNING IN IMMERSIVE VIRTUAL ENVIRONMENTS

Mehtap BATTAL

Bahçeşehir Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1195-8532

ABSTRACT

Developments in digital technologies enable easier use of innovative learning tools for education and also increase the momentum of digital technology adaptation in education. Contextual learning research in immersive virtual environments is a relatively new field of research; however, it is growing rapidly. It is expected that virtual, smart, personalized learning techniques will be the new method of learning in the future thanks to augmented reality (AR) and virtual reality (VR) technologies. The pressure to reform education integrated with digital technologies can be evaluated as a result of digital technological innovation, which is in an exponential growth trend. Thanks to the optimal use of resources, increasing capacity and decreasing costs, technologies that offer immersive experiences are increasing their impact on learning. This adds new modes of instruction to the learning experience by encouraging the application of innovative educational methods. Immersive VR/AR technologies have great potential to transform learning and create engaging experiences. Advances in technologies that offer immersive experiences provide a very suitable basis for the use of innovative educational environments. In this study, researches on contextual learning in immersive virtual environments in the last two decades were reviewed in the literature. In particular, the power of immersive VR/AR technologies in engineering and medical to transform learning from physical to virtual, the latest forms of methodological support instead of traditional learning, its potential to create next-generation learning experiences, and the effectiveness of knowledge assimilation are examined. As a result of the study, it has been observed that virtual and augmented reality provide high motivation for learning new information, and a different experience is gained by easily applying the educational contents. It has been determined that the trainings enriched with visual and audio elements support the assimilation of information. Higher performance has been observed in simulation environments for cases where real world application is not possible with eliminating the negative consequences and dangerous elements of complex situations. In this context, it is thought that



researchers, academicians, and educational policy makers who conduct scientific studies should act quickly in order to turn the potential of immersive experience into value.

Keywords: Immersive virtual environment, contextual learning, augmented reality (AR), virtual reality (VR)



SANAYİ FİRMALARININ DİJİTAL PAZARLAMA YETENEKLERİ

Kazım Selçuk TUZCUOĞLU

Bahçeşehir Üniversitesi

Mehtap BATTAL

Bahçeşehir Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1195-8532

ÖZET

Dijital pazarlama yetenekleri, dinamik ve rekabetçi piyasa ortamlarında sanayi firmaları için stratejik öneme sahiptir. Kaynak temelli bir yaklaşımla dijital pazarlama yeteneği; dijitalleşme, yeni teknolojilere uyum ve pazara uyum yeteneğini geliştiren bir kaynak olarak değerlendirilebilir. Sanayi firmaları, dijital teknolojileri kullanarak dijital pazarlama yeteneklerini geliştirebilirler. Bunu yanı sıra, kaynak konfigürasyonlarını düzenleyerek, ulusal ve global piyasalarda iş fırsatlarını yakalayarak, gerçek zamanlı ve kesintisiz olarak süreçlerini yönetebilirler. Ayrıca, bu yetenekler firmaların kaldıraç etkisinden de faydalanmasını sağlayabilir. Literatürde yer alan çalışmalara göre dijital pazarlama yetenekleri, firma içinde ve dışındaki ilişkilerin oluşturduğu kaynakların kullanımıyla; tedarik zinciri yönetimi, sanal ağların yönetim, iş birliği pazarları, yönetim ve müşteri ilişkileri yönetimi süreçlerini içermektedir. Bu çalışmayla, söz konusu süreçleri yönetirken literatürde analiz edilerek belirlenmiş olan; kanallar, sosyal medya, dijital ilişkiler ve dijital teknolojiler bağlamında sanayi firmalarının ihtiyaç duyacağı dijital pazarlama yeteneklerinin ortaya konulmasını amaçlanmıştır. Bu çerçevede, incelenen dijital pazarlama yeteneklerini sanayi firmalarının kısa ve orta vadede geliştirerek gelecek vizyonlarına yön vermeleri gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital pazarlama, dijital pazarlama yetenekleri, dijital teknoloji



DIGITAL MARKETING CAPABILITIES OF INDUSTRIAL COMPANIES

Kazım Selçuk TUZCUOĞLU

Bahçeşehir Üniversitesi

Mehtap BATTAL

Bahçeşehir Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1195-8532

ABSTRACT

Digital marketing capabilities are of strategic importance for industrial firms in dynamic and competitive market environments. Digital marketing capability with a resource-based approach; digitalization can be considered as a resource that improves the ability to adapt to new technologies and adapt to the market. Industrial companies can improve their digital marketing capabilities by using digital technologies. In addition, they can manage their processes in real time and uninterruptedly, by arranging their resource configurations, seizing business opportunities in national and global markets. In addition, these capabilities can enable firms to take advantage of the leverage effect. According to the studies in the literature, digital marketing capabilities, with the use of resources created by the relationship within and outside the company; supply chain management, management of virtual networks, collaboration markets, governance and customer relationship management processes. With this study, while managing these processes, it is aimed to reveal the digital marketing capabilities that industrial companies will need in the context of channels, social media, digital relations and digital technologies which were determined by analyzing the previous studies in the literature. In this context, it is thought that industrial companies should develop their digital marketing capabilities in the short and medium term and shape their future visions.

Keywords: Digital Marketing, digital marketing capabilities, digital technology



DİJİTALLEŞME VE STRES ÜZERİNE BİR İNCELEME

Şener UYSAL

Manisa Bağıcılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü
ORC-ID: 0000-0001-6138-371X

ÖZET

Çalışma hayatında dijitalleşmenin işgörenlerin performansını artırıp verimliliğe olumlu etkileri olduğu bilinmektedir. Ancak dijitalleşme, bazı işgörenler için stres sebebi olabilmektedir. Araştırmanın amacı; dijitalleşmeden kaynaklı stres sebepleri nelerdir? Hangi işgörenler dijitalleşmeden olumsuz etkilenmekte ve dijitalleşmeye uyum konusunda direnç göstermektedir? Dijitalleşmenin neden olduğu stres nasıl önlenir? sorularına cevap aramaktır. Nitel ve nicel araştırma, tez kaynaklarından yararlanılarak elde edilen veriler, içerik ve ağ analizine tabi tutularak araştırma problemine cevap aranmıştır. Örneğin, günümüzde COVID 19 salgını sonrası yeni normal dönemde dijitalleşme daha çok önem kazanmıştır. Siber güvenlik, önemli bir stres kaynağı olabilir ya da bireye yönelik kişisel saldırılar, aşağılama, kimliğe bürünme eylemleri de strese yol açabilir. İş yaşam dengesinin bulanıklaştığı bir çalışma yaşamında teknoloji kullanma konusunda isteksiz ve eski çalışma koşullarını benimseyen değişime direnç gösteren çalışanlar dijitalleşmeden olumsuz etkilenecektir. Dijitalleşmenin neden olduğu stresi önlemek için bireysel çabalar yanında iş planlaması, izleme değerlendirme sistemi, gerçekçi iş hedefleri ve zamanlama belirlemek, dijitalleşme kaygılarını azaltacak eğitim ve bilgilendirmeler gibi örgütsel faaliyetler de fayda sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, stres, dijital stres nedenleri, dijital stres için önlemler, işgörenler.



A REVIEW ON DIGITALIZATION AND STRESS

Şener UYSAL

Manisa Bağıcılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü

ORC-ID: 0000-0001-6138-371X

ABSTRACT

It is known that digitalization in working life has positive effects on productivity by increasing the performance of employees. However, digitalization can be a cause of stress for some employees. The purpose of this research is to seek answers to these questions: what are the causes of stress arising from digitalization? Which employees are adversely affected by digitalization and show resistance to digitalization? How to avoid the stress caused by digitalization? In qualitative and quantitative research, data obtained from thesis sources were subjected to content and network analysis, and an answer to the research problem was sought. For example; today, digitalization has gained more importance in the new normal period after the COVID 19 epidemic Cybersecurity can be a significant source of stress or personal attacks, humiliation, and impersonation against the individual can also cause stress. Employees who are reluctant to use technology in a working life where the work-life balance is blurred and who adopt old working conditions and resist change will be adversely affected by digitalization. In addition to individual efforts to prevent the stress caused by digitalization, organizational activities, such as business planning, monitoring, and evaluation system, setting realistic business goals and timing, training and information to reduce digitalization concerns will also be beneficial.

Keywords: Digitalization, stress, causes of digital stress, precautions for digital stress, employees.



“DİJİTAL LİDERLİK” KONUSUNDA YAPILMIŞ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Zümral GÜLTEKİN

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4032-6451

ÖZET

Dijital liderlik, “Örgütün ve iş ekosistemi için dijitalleşmenin stratejik başarısı için doğru işler yapmak” (El Sawy vd. 2016) şeklinde tanımlanmaktadır. Bu çalışmanın amacı da “dijital liderlik” konusunda yazılmış çalışmaların bibliyometrik analizi yapmaktır. Bu amaç doğrultusunda veriler Web of Science veri tabanından sadece “digital leadership” kavramı yazılarak elde edilmiştir. Toplam 104 çalışma durumu ve eğilimleri görsel haritalama tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışma konusu incelenirken araştırmaların yazarları, yılı, dökümanın türü, dili, yayıncısı, araştırma yapan bilim dalı, tarandığı indeksi ve ülkesi olmak üzere 8 kriter incelenmiştir. Ayrıca birlikte yapılan atıflar, kaynaklar, dokümanlar ve terimler arasındaki ilişkileri analiz etmek ve görselleştirmek için VOSviewer 1.6.18 yazılımı kullanılmıştır. Analiz sonucunda 4 yazarın 3’er yayın yaptığı, ilk yayının 2004 (n=1) yılında yapıldığı, en fazla yayının ise 2021 (n=24) yılında yapıldığı, 69 makale yazıldığı, en fazla İngilizce yazıldığı (n=99), en fazla Springer Nature yayıncısı tarafından yayınlandığı (n=13), en fazla yönetim alanında (n=23) en fazla Emerge Sources Citation Index (ESCI) (n=40), en fazla Almanya’da (n=17) çalışıldığı tespit edilmiştir. Birlikte yapılan atıflar, kaynaklar, dokümanlar ve terimler arasındaki ilişkiler haritalama tekniği tespit edilmiştir. Sonuç olarak dijital liderlik kavramının araştırmacıların 2017 yılından sonra daha fazla ilgisini çekmeye başladığı, kavramın araştırmaya açık olduğu görülmektedir. Her ne kadar yazında dijital liderlik ilgili çalışmalar yapılsa da bibliyometrik analiz yapan bir çalışmaya rastlanmaması çalışmanın önemini artırmaktadır. Yapılan bu çalışma ile dijital liderlik ile ilgili yapılmış çalışmaların bir özeti yapılarak ileride konu ile ilgili yapılacak çalışmalara yol göstermek istenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital liderlik, dijital, lider, liderlik



BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES ON “DIGITAL LEADERSHIP”

Zümral GÜLTEKİN

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4032-6451

ABSTRACT

Digital leadership is defined as “Doing the right things for the strategic success of digitalization for the organization and the business ecosystem” (El Sawy et al., 2016). This study aims to make a bibliometric analysis of the studies written on “digital leadership.” For this purpose, the data were obtained from the Web of Science database by simply writing the concept of “digital leadership.” A total of 104 study cases and trends were analyzed using the visual mapping technique. While examining the subject of the study, eight criteria were examined, including the authors of the studies, the year, the document type, the language, the publisher, the research branch, the index, and the research country. In addition, VOSviewer 1.6.18 software was used to analyze and visualize the relationships between citations, sources, documents, and terms. As a result of the analysis, four authors made three publications. The first publication was made in 2004 (n=1), the most publication was in 2021 (n=24), 69 articles were written, the most were written in English (n=99), the highest It was determined that it was published by the Springer Nature publisher (n=13), it was mostly studied in the management field (n=23), the Emergence Sources Citation Index (ESCI) (n=40) and Germany (n=17) the most. Relationships between citations, sources, documents, and terms were identified using the mapping technique. As a result, it is seen that the concept of digital leadership started to attract more attention from researchers after 2017, and the concept is open to development. Although there are studies on digital leadership in the literature, the lack of a study that makes bibliometric analysis increases the importance of the study. With this study, it was aimed to guide the studies to be done on the subject in the future by making a summary of the studies on digital leadership.

Keywords: Digital leadership, digital, leader, leadership



BİR ÜRETİM İŞLETMESİNİN DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİ: TEKLI VAKA ANALİZİ

Nisa EKŞİLİ

Akdeniz Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6717-3665

ÖZET

Son yıllarda, birçok sektörde işletmeler yeni dijital teknolojilerin faydalarından yararlanmak ve o teknolojileri geliştirmek için girişimde bulunmaktadırlar. Bu girişimler sıklıkla temel iş operasyonlarının dönüşümlerini içerir. Bu süreçte ürünlerin ve süreçlerin, ayrıca organizasyonel yapıların dönüşümü söz konusu olur. Bu çalışmanın amacı dijital dönüşüm sürecindeki bir üretim işletmesini bu dönüşüme yön veren ve bu dönüşümü uygulayan departman yöneticileri aracılığıyla incelemektir. İşletmenin dijital dönüşümün süreçleri anlayabilmek amacıyla keşif amaçlı nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Tekli vaka analizi olarak kurgulanan çalışmada mülakat yöntemi kullanılmıştır. İşletmede dijital dönüşümün öncülleri, dijitalleşmenin mevcut durumu, dijital dönüşüm organizasyonu ve dönüşümün fırsatlarını ortaya koyabilmek amacıyla Dijital Dönüşüm Müdürü liderliğinde dört departman yöneticisi ile görüşülmüştür. Araştırma kapsamındaki işletme Türkiye'nin 500 büyük sanayi kuruluşu arasında ve TÜSİAD Dijital Dönüşümü Hızlandırma Programı'nda yer almaktadır. 2017 yılında sektörün ilk Ar-Ge merkezini kurmuş ve 2019 yılından itibaren Dijital Dönüşüm Müdürlüğü ile dijital dönüşüm sürecini yürütmektedir. Araştırma sonucunda, işletmede dönüşümün öncülleri işletmenin stratejisi, içsel motivasyon ve teknik yenilik olarak ortaya çıkmıştır. İşletmenin dijital dönüşümün mevcut durumunda kat etmesi gereken oldukça fazla yol olduğu söylenebilir. Bu durumun sebepleri arasında süreç organizasyonun zorluğunun yanında işletmenin hammaddesinden kaynaklanan sorunlar ve maliyetler göze çarpmaktadır. Yöneticiler dijital dönüşümün organizasyonunda başarılı olabilmek için üst yönetimin desteğinin zorunlu olduğunu dile getirmişlerdir. İşletme dijital dönüşüm sürecinde gerçekçi, nispeten küçük ancak sonuç alınabilecek hızlı ilerleyen projelere odaklanmayı tercih etmiştir. Dönüşümün hız, esneklik, verimlilik noktasında süreçlere ve karlılık, şeffaflık, zaman tasarrufu konularında da şirket odaklı fırsatlarına vurgu yapmışlardır.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, dijital dönüşüm süreci, üretim sektörü, tekli vaka analizi



DIGITAL TRANSFORMATION PROCESS OF A MANUFACTURING BUSINESS: A SINGLE CASE ANALYSIS

Nisa EKŞİLİ

Akdeniz Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-6717-3665

ABSTRACT

In recent years, businesses in all industries have been working to exploit and explore the benefits of new technologies. These initiatives often involve transformations of core business operations. In this process, there is a transformation of products and processes, as well as organizational structures. The aim of this study is to examine a production company in the digital transformation process through department managers who direct and implement this transformation. In order to understand the processes of digital transformation of the business, exploratory qualitative research method was preferred. The interview method was used in the study, which was designed as a single case analysis. Under the leadership of the Digital Transformation Manager, four department managers were interviewed in order to reveal the precursors of digital transformation in the business, the current state of digitalization, the organization of digital transformation, and the opportunities and challenges of transformation. The company within the scope of the research is among Turkey's 500 largest industrial enterprises and is included in the TUSIAD Digital Transformation Acceleration Program. It established the first R&D center of the sector in 2017 and has been carrying out the digital transformation process with the Digital Transformation Directorate since 2019. As a result of the research, the precursors of transformation in the enterprise emerged as the strategy of the enterprise, intrinsic motivation and technical innovation. It can be said that the business has a long way to go in the current state of digital transformation. Among the reasons for this situation, besides the difficulty of the process organization, the problems and costs arising from the raw materials of the enterprise stand out. Managers stated that the support of senior management is essential in order to be successful in the organization of digital transformation. In the process of digital transformation, the company preferred to focus on realistic, relatively small but fast-paced projects that could produce results. They emphasized the processes of transformation in terms of speed, flexibility, efficiency and company-oriented opportunities in terms of profitability, transparency and time saving.

Keywords: Digital transformation, digital transformation process, production sector, single case analysis



TÜRKİYE'DEKİ İHRACATA YÖNELİK DEVLET DESTEK PROGRAMLARINDA DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Mehmet Sami SÜYGÜN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3928-7438

ÖZET

Ürünlerin takas edilmesi ile başlayan ve kısmen daha yakın coğrafyalardaki topluluklar arasında gerçekleşen ticaret, her geçen gün hacmini artırmış ve teknolojinin de katkısı ile zaman ve mekan kısıtlarını da bertaraf ederek küresel bir ölçeğe ulaşmıştır. Sanayi devrimleri ve beraberinde hızlanan küreselleşme olgusu, uluslararası ticaretin serbestleşmesi eğilimini güçlendirmekle birlikte devletlerin ekonomiye müdahalelerine yönelik tartışmalar her dönem güncelliğini korumuştur. Söz konusu müdahale araçları ticareti engelleyici tedbirler olabildiği gibi ihracatın teşvikine yönelik de olabilmektedir. Türkiye de ihracatını artırmak üzere bir takım destek programları yürütmektedir. Devlet destek kalemlerinin çeşitliliği, destek veren birimlerin farklılığı, bürokratik işlemlerin çok olması, yoğun mevzuat içermesi gibi zorluklar gerek destek veren kurumları gerekse destek alan işletmelerin işini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle son yıllarda gelişen teknoloji ve dijitalleşme eğiliminin de katkısı ile devlet destekleri yönetiminde gerçekleşen dijital dönüşüm dikkat çekmektedir. Dahilde İşleme Rejimi Otomasyon Sistemi'nin öncülük ettiği bu dönüşümde başta Ticaret Bakanlığı ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı olmak birçok kamu kurumu önemli adımlar atmaktadır. Bu çalışmada, ihracata yönelik devlet destekleri yönetiminde dijital dönüşüm kapsamında Türkiye'deki dijitalleşme çalışmalarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, devlet destekleri ve dijital dönüşüm kavramları hakkında bilgi verilerek, Türkiye'de yürütülen ihracata yönelik devlet destek programları ele alınmış ve uygulamacılar ile alana yönelik akademik çalışmalar için bir takım çıkarımlar sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İhracat, devlet destekleri, dijitalleşme, dijital dönüşüm



DIGITAL TRANSFORMATION IN GOVERNMENT SUPPORT PROGRAMS FOR EXPORT IN TURKEY

Mehmet Sami SÜYGÜN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3928-7438

ABSTRACT

The trade, which started with the exchange of products and partially realized between communities in closer geographies, has increased in volume day by day and has reached a global scale by eliminating time and space constraints with the contribution of technology. The industrial revolutions and the accelerating globalization phenomenon have strengthened the tendency of liberalization of international trade, but the debates on the interventions of the states in the economy have always been up-to-date. The means of intervention in question can be measures to prevent trade, or they can be aimed at promoting exports. Turkey also carries out a number of support programs to increase its exports. Difficulties such as the diversity of state support items, the diversity of supporting units, the high number of bureaucratic procedures and the intense legislation make it difficult for both the supporting institutions and the companies receiving support. For this reason, the digital transformation that has taken place in the management of state aids, with the contribution of the developing technology and digitalization trend in recent years, draws attention. In this transformation led by the Inward Processing Regime Automation System, many public institutions, especially the Ministry of Trade and the Ministry of Industry and Technology, are taking important steps. In this study, it is aimed to examine the digitalization studies in Turkey within the scope of digital transformation in the management of export-oriented government supports. In this context, by giving information about the concepts of government support and digital transformation, export-oriented government support programs carried out in Turkey were discussed and some implications were presented for practitioners and academic studies in the field.

Keywords: Export, government support, digitalization, digital transformation



İNNOVASYON YÖNETİMİNDE DİJİTALLEŞME

Mehmet Sami SÜYGÜN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3928-7438

ÖZET

Her dönem var olan ancak küreselleşmeyle birlikte daha da artan rekabet, işletmeleri hayatta kalmak adına yeni arayışlara itmektedir. Bu noktada inovasyon kavramı sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamada öne çıkan başlıklardan birisi olarak dikkat çekmektedir. İnovasyon, ürün yaşam sürelerinin gittikçe kısaldığı günümüz iş dünyasında işletmelerin rekabetçiliklerini arttırmakta ve yaşam sürelerini uzatmaktadır. Bu sebeple inovasyonun etkin bir şekilde yönetilmesi elzemdir. Üretim, pazarlama, tedarik, finansman, yönetim gibi tüm işletme fonksiyonlarına entegre bir inovasyon yönetim süreci için teknolojiden yararlanmak ve süreci dijitalize etmek gereklidir. Günümüzde dijitalleşme ile inovasyon yönetimini kolaylaştırmak, süreci zaman ve maliyet tasarrufu ile yönetmek mümkün hale gelmiştir. Bu çalışmada, inovasyon yönetiminde dijitalleşmeye ilişkin Bu çalışmada inovasyon yönetiminde dijitalleşmenin işletmelere özellikle iş süreçlerinde ne tür katkılar sağlayabileceği güncel literatürün ve işletmelerden örneklerinin incelenmesi ile ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. İnovasyon yönetiminde fikirlerin üretilmesinden ticarileşmesine kadar geçen her aşamada dijitalleşmenin sağlayacağı avantajlardan yararlanmak mümkün olmakla birlikte dijitalleşme sürecinin her işletmenin kendi özelinde değerlendirilmesi yerinde olacaktır. Bu kapsamda çalışma ile inovasyon alanında çalışan işletmelere, danışmanlara ve araştırmacılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, inovasyon yönetimi, dijitalleşme



DIGITALIZATION IN INNOVATION MANAGEMENT

Mehmet Sami SÜYGÜN

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-3928-7438

ABSTRACT

The competition, which exists in every period but increases with the globalization, pushes the enterprises to new searches in order to survive. At this point, the concept of innovation draws attention as one of the prominent topics in providing sustainable competitive advantage. In today's business world, where product life cycles are getting shorter and shorter, innovation increases the competitiveness of businesses and extends their life spans. For this reason, effective management of innovation is essential. It is necessary to take advantage of technology and digitize the process in order to have an innovation management process integrated into all business functions such as production, marketing, procurement, financing, management. Today, with digitalization, it has become possible to facilitate innovation management and to manage the process with time and cost savings. In this study, it has been tried to reveal what kind of contributions digitalization in innovation management can provide to enterprises, especially in business processes, by examining the current literature and examples from businesses. Although it is possible to benefit from the advantages of digitalization at every stage from the generation of ideas to their commercialization in innovation management, it would be appropriate to evaluate the digitalization process for each enterprise in its own right. In this context, suggestions were presented to businesses, consultants and researchers working in the field of innovation.

Keywords: Innovation, innovation management, digitalization



KATILIM BANKALARINDA UYGULANAN AAOIFI STANDARTLARI İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Musa ÖZÇELİK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2175-3605

ÖZET

Dünyada katılım bankacılığı sektörü 2000'li yılların başından itibaren hızla gelişmiş ve bu sektörün bankacılık sektöründeki payı artmıştır. Büyüyen katılım bankacılığı sektörünün faaliyetleri de bu doğrultuda karmaşık hale gelmiştir. Ayrıca katılım bankalarının doğası gereği faaliyetleri konvansiyonel bankalardan farklılık göstermektedir. Bu sebeplerden dolayı katılım bankalarının faaliyetlerini raporlamada ve bunların denetiminde Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının (UFRS) yetersiz kaldığı düşünülmektedir. İslami Finans Kuruluşları Muhasebe ve Denetim Kuruluşu (AAOIFI) bu sorunu gidermek için 2000 yılında katılım bankalarına (İslami Finans Kuruluşlarına) yönelik muhasebe ve denetim standartları yayımlamaya başlamıştır. Türkiye'de ise Kamu Gözetim Kurumu (KGK) AAOIFI ile anlaşarak 1 Ocak 2020 tarihi itibarıyla Faizsiz Finans Muhasebe Standartlarını (FFMS) ve Faizsiz Finans Denetim Standartlarını (FFDS) katılım bankaları için uygulamaya koymuştur. Çalışmanın amacı AAOIFI Standartları ile ilgili mevcut çalışmaları bibliyometrik analiz yöntemi ile gözden geçirerek bu konuda yapılan çalışmaların yönünü ve literatürdeki boşlukları belirlemek ve öneriler sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda Web of Science veri tabanında "accounting standards in islamic banks" ve "AAOIFI" anahtar kelimeleri ile arama yapılmış ve ön bulgulara göre 110 akademik çalışmaya rastlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Banka muhasebesi, denetim, AAOIFI standartları, bibliyometrik analiz, islami finans



A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE STUDIES ON AAOIFI STANDARDS APPLIED IN PARTICIPATION BANKS

Musa ÖZÇELİK

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2175-3605

ABSTRACT

The participation banking sector in the world has developed rapidly since the beginning of the 2000s and the share of this sector in the banking sector has increased. Accordingly, the activities of the growing participation banking sector have become more complex. In addition, due to the nature of participation banks, their activities differ from conventional banks. For these reasons, it is thought that International Financial Reporting Standards (IFRS) are insufficient in reporting and auditing the activities of participation banks. The Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI) started to publish accounting and auditing standards for participation banks (Islamic Finance Institutions) in 2000 to address this problem. In Turkey, the Public Oversight Authority (KGK) has made an agreement with AAOIFI and implemented the Interest-Free Financial Accounting Standards (FFMS) and the Interest-Free Financial Auditing Standards (FFDS) for participation banks as of January 1, 2020. The aim of the study is to determine the direction of the studies on this subject and identify the gaps in the literature and offer suggestions by reviewing the existing studies on AAOIFI Standards by conducting a bibliometric analysis method. For this purpose, the keywords “accounting standards in Islamic banks” and “AAOIFI” were searched in the Web of Science database and according to preliminary findings, 110 academic studies were found.

Keywords: Bank accounting, audit, AAOIFI standards, bibliometric analysis, islamic finance



SEYAHAT ENDÜSTRİSİNDE OYUNLAŞTIRMA UYGULAMALARI

Osman Seraceddin SESLİOKUYUCU

Süleyman Demirel Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6539-0992

Reşat ARICA

Batman Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1238-7313

ÖZET

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim üretim ve hizmet pazarında işletmelerin iç ve dış müşterilerle iletişim ve etkileşim süreçlerinde değişimi beraberinde getirmiştir. İşletmeler iç ve dış müşterilerle daha etkin ve verimli iletişim kurmak ve bu sayede pazarda rekabet gücü elde etmek amacıyla teknolojik araç ve sistemleri etkin kullanmaya başlamıştır. Oyun dışı bağlamlarda oyun öğelerinin ve mekanizmalarının kullanılmasını ifade eden oyunlaştırma ise işletmelerin iç ve dış müşterilerle etkileşimin etkinliğini sağlamak için kullandığı teknolojilerdendir. Oyunlaştırma süreçleri, iç ve dış müşteri alışkanlıklarının biçimlendirilmesi, yönetilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında etkin rol oynamaktadır. Aynı zamanda oyunlaştırma hizmet sağlayıcılara iç ve dış müşteri memnuniyetini, sadakatini ve deneyimini artırma fırsatı sunmaktadır. Mevcut literatür incelendiğinde seyahat endüstrisinde oyunlaştırma sistemlerini ele alan araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çıkış noktasından hareketle hazırlanan araştırmada, seyahat endüstrisinde oyunlaştırma sistemini konu alan çalışmaların incelenmesi, uygulama ve süreçlerinin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu sayede hizmet sağlayıcı-müşteri etkileşiminin yoğun olduğu seyahat endüstrisinde bir yandan iç müşterilerin davranışlarını yönetmek öte yandan dış müşteri davranışlarını anlamlandırmak olanaklı hale gelecektir. Aynı zamanda hizmet çıktılarını geliştirmek açısından oyunlaştırma sistem, süreçlerinin ve uygulamalarının anlaşılması mümkün kılınacaktır. Araştırma sonuçları ekseninde teorik açıdan oyunlaştırma kavramının seyahat endüstrisinde incelenmesi gereken boyutlarının ortaya konması, buna ek olarak işletmelere oyunlaştırma uygulamalarını kurgulaması ve yönetmesi açısından çerçeve sunulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Oyunlaştırma, seyahat, hizmet sistemleri



APPLICATIONS OF GAMIFICATION IN THE TRAVEL INDUSTRY

Osman Seraceddin SESLİOKUYUCU

Süleyman Demirel Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6539-0992

Reşat ARICA

Batman Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1238-7313

ABSTRACT

The rapid development in information and communication technologies has brought about a change in the communication and interaction processes of enterprises with internal and external customers in the production and service market. Businesses have started to use technological tools and systems effectively in order to communicate more effectively and efficiently with internal and external customers and thus to gain competitive power in the market. Gamification, which expresses the use of game elements and mechanisms in non-game contexts, is one of the technologies used by businesses to ensure the effectiveness of interaction with internal and external customers. Gamification processes play an active role in shaping, managing, and maintaining internal and external customer habits. At the same time, gamification offers service providers the opportunity to increase internal and external customer satisfaction, loyalty, and experience. When the existing literature is examined, it is seen that the researches on gamification systems in the travel industry are limited. Based on this starting point, the study aims to examine the studies on the gamification system in the travel industry, and to evaluate its applications and processes. In this way, in the travel industry, where service provider-customer interaction is intense, it will be possible to manage the behaviors of internal customers and to make sense of external customer behaviors. At the same time, it will be possible to understand the gamification system, processes and applications in terms of improving service outputs. In the axis of the research results, it is aimed to reveal the dimensions of the concept of gamification that should be examined in the travel industry from a theoretical perspective, and in addition to this, it is aimed to present a framework for businesses to construct and manage gamification applications.

Keywords: Gamification, travel, service systems



TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN MUHASEBE MESLEĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Ahmet Cemkut BADEM

Kocaeli Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5691-5742

Yüsrân İSMAİLOĞLU

Kocaeli Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5333-830X

ÖZET

Muhasebe mesleği, başlangıcından itibaren birçok sosyal, ekonomik ve teknolojik faktöre bağlı olarak en uyarlanabilir, değişebilir ve gelişmiş kariyerlerden biri olarak kabul edilmektedir. Teknoloji, muhasebe mesleğini etkileyen ve değiştiren en önemli nedenlerden biridir. Ayrıca her teknolojik gelişme iş dünyasında ve muhasebe mesleğinde bir değişime yol açabilir. Bu bildiri, ilgili akademik literatürün gözden geçirilmesine bağlı olarak tarihsel yaklaşım çerçevesinde teknolojik faktörlere dayalı muhasebe mesleği gelişmeleri için kısa ve kapsamlı bir çerçeve sağlayabilir. Bu kapsamda, sanayi devriminin başlangıcından günümüze muhasebe mesleğinin teknolojik gelişmeler çerçevesinde dönüşümü bu bildiriye incelenmiştir. Daha sonra, içine bulunulan dönemde ortaya çıkan teknolojiler aracılığıyla dördüncü sanayi devrimi vurgulanmıştır. Son olarak, bu gelişmeler ışığında muhasebe mesleğinin geleceği için bir vizyon sunulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe mesleği, teknoloji, endüstri devrimi
4.0.



THE EFFECTS OF TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS ON THE ACCOUNTING PROFESSION

Ahmet Cemkut BADEM

Kocaeli Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5691-5742

Yüsrân İSMAİLOĞLU

Kocaeli Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-5333-830X

ABSTRACT

The accounting profession since its very beginning has been considered one of the most adaptable, changeable, and developed careers based on many social, economic, and technological factors. Technology is one of the most important reasons that has affected and changed the accounting profession, moreover, every technological development could lead to a change in the business world and accounting profession. this paper could provide a brief comprehensive framework for the accounting profession developments based on technological factors using the historical approach depending on reviewing the related academic literature. This paper will investigate the accounting profession and technological developments since the beginning of the industrial revolution. After that, it will highlight the fourth industrial revolution through the emerging technologies in this time. Finally, the paper will give a vision for the future of the accounting profession in light of these developments.

Keywords: Accounting profession, teknoogy, industrial revolutation
4.0.



İŞLETMELERDE DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE İŞE ALIM SÜRECİ ÜZERİNE ETKİSİ: KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME

Erhan KILINÇ

Selçuk Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2065-2407

Şeydanur KOÇAK

Selçuk Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1105-8799

ÖZET

Dijital dönüşüm; insanları, süreçleri ve teknolojileri bir araya getirerek dönüştüren, işletmelerin ve toplumların ihtiyaçlarına uygun dijital teknolojileri üreten ve entegre eden bir süreçtir. Bu entegrasyon süreci sayesinde işletmeler iş akışlarını, süreçlerini ve faaliyetlerini yeniden düzenlemektedir. İşletmeler bilişim teknolojilerinin sunmuş olduğu imkanlar ile yapay zekâ, mobil uygulamalar, bulut bilişim, büyük veri, nesnelerin interneti ve artırılmış gerçeklikler gibi birçok teknolojik uygulamalar aracılığıyla faaliyetlerini daha verimli ve kullanışlı hale getirmektedirler. Yapılan çalışmalar küresel salgın olarak yaşadığımız Covid-19 pandemisi ile dijital dönüşüm sürecinin daha da hızlandığını ortaya koymaktadır. İşletmeler, varlıklarını sürdürmek ve rekabet avantajı sağlamak için dijital dönüşümle gelen bu gelişmelere uyum sağlamak durumundadırlar. Bu gelişmelerin görüldüğü işletme fonksiyonlarından biri de insan kaynakları yönetimi ve onun önemli işlevlerinden biri olan işe alım sürecidir. İşletmelerin işe alım sürecini etkin ve verimli yönetememeleri, beraberinde hem işletme hem de işgören açısından birçok olumsuzluğu beraberinde getirmektedir. İşletmeler, uzun vadeli insan kaynakları envanteri hedef ve amaçlarına ulaşabilmek için dijital dönüşümle birlikte yeni teknolojileri kullanmaya ve buna uygun yaklaşımlar gerçekleştirmeye başlamışlardır. Bu çalışmada işletmelerde dijital dönüşüm sürecinin insan kaynakları yönetiminde işe alım süreci üzerine etkileri kavramsal olarak ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda yapılan çalışmalar ve uygulamalar örnekleriyle birlikte değerlendirilmiştir. Dijital dönüşümün işletmelerin yeni çalışanları işe alma süreçlerinde onlara birçok avantaj sağladığı, işletmelerin bu süreci bilinçli yaklaşımla değerlendirmeleri gerektiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, işletmeler, insan kaynakları yönetimi, işe alım süreci



THE EFFECTS OF DIGITAL TRANSFORMATION IN BUSINESSES ON THE RECRUITMENT PROCESS IN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT: A CONCEPTUAL EVALUATION

Erhan KILINÇ

Selçuk Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2065-2407

Şeydanur KOÇAK

Selçuk Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1105-8799

ABSTRACT

Digital transformation is a process that transforms people, processes and technologies by bringing together and integrating digital technologies suitable for the needs of businesses and societies. Thanks to this integration process, businesses are reorganizing their workflows, processes and activities. With the opportunities offered by information technologies, businesses make their activities more efficient and useful through many technological applications such as artificial intelligence, mobile applications, cloud computing, big data, internet of things and augmented realities. Studies show that the digital transformation process has accelerated with the Covid-19 pandemic, which we experience as a global epidemic. Businesses have to adapt to these developments that come with digital transformation in order to maintain their existence and provide competitive advantage. One of the business functions where these developments are seen is human resources management and the recruitment process, which is one of its important functions. The inability of businesses to manage the recruitment process effectively and efficiently brings with it many negativities in terms of both the business and the employee. In order to achieve their long-term human resources inventory goals and objectives, businesses have begun to use new technologies and implement appropriate approaches with digital transformation. In this study, the effects of the digital transformation process in businesses on the recruitment process in human resources management have been tried to be put forward conceptually. In this context, studies and applications were evaluated together with examples. It has been seen that digital transformation provides many advantages for businesses in the recruitment process of new employees, and businesses should evaluate this process with a conscious approach.

Keywords: Digital transformation, businesses, human resource management, recruitment process



BLOKZİNCİR SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFLERİNE ULAŞMADA KİLİT BİR TEKNOLOJİ OLABİLİR Mİ? LİTERATÜR TARAMASI İLE BİR DEĞERLENDİRME

Bilgen AKMERMER

Karadeniz Teknik Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0003-4201-5254

ÖZET

Bilindiği üzere, Birleşmiş Milletler (BM), tüm dünyada sosyal, kültürel ve ekolojik meselelerin çözümüne ilişkin olarak; 17 konuda Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) tanımlamıştır. 2030 yılından önce gerçekleştirilmesi beklenen bu hedefler arasında; yoksulluğu ve açlığı sona erdirmek, gıda güvenliğini sağlamak, sürdürülebilir tarımı teşvik etmek, kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik büyümeyi sağlamak, tam ve üretken istihdamı ve herkes için insana yakışır işi teşvik etmek gibi insanlığın geleceği üzerine doğrudan etkisi olan birçok konuya vurgu yapılmaktadır. Bu anlamda SKH'lar birçok küresel oyuncu, özellikle de tematik bir alanda girişimler yapmak isteyen oyuncular için organizasyonel çerçevede giderek daha çok önem kazanmaya devam etmektedir. Bu önem karşısında BM yenilenen küresel söylemlerinde özellikle dijital teknolojilere kilit bir rol atfedilmektedir. Son yıllarda özellikle blokzincir teknolojisinin ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirliğin sağlanmasındaki önemini ortaya koyan araştırmalar çoğalmaktadır. Bu araştırmalar, blokzincir teknolojisinin, tedarik zincirlerinin sürdürülebilirliği ve ürünlerin izlenebilirliği de dahil olmak üzere finans sektöründen çok daha geniş bir uygulama yelpazesini kapsadığını göstermektedir. Bu anlamda, bu araştırma da SKH'ların gerçekleştirilmesine katkıda bulunan işbirlikçi girişimleri teşvik etmek için blokzincir teknolojisinin potansiyelini değerlendirmeyi önermektedir. Bu makale, literatürde blokzincir teknolojisi üzerine yapılan araştırmaların SKH'lar perspektifinden sistematik ve derinlemesine incelemesine dayanmaktadır. Araştırma sonuçları, blokzincir teknolojisinin SKH'ların başarısını desteklemek için önemli bir potansiyele sahip olduğunu ve yakın gelecekte küresel oyuncular arasında popüleritesinin artacağını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Blokzincir teknolojisi, sürdürülebilir kalkınma hedefleri, küresel sürdürülebilirlik



COULD THE BLOCKCHAIN BE A KEY TECHNOLOGY IN ACHIEVING SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS? AN EVALUATION THROUGH A LITERATURE REVIEW

Bilgen AKMERMER

Karadeniz Teknik Üniversitesi

ORCID: 0000-0003-4201-5254

ABSTRACT

As it is known, the United Nations (UN) has defined Sustainable Development Goals (SDGs) in 17 subjects, concerning the solution of social, cultural, and ecological issues all over the world. These goals, which are expected to be achieved before 2030, include ending poverty and hunger, ensuring food security, promoting sustainable agriculture, achieving inclusive, sustainable economic growth, promoting productive employment, and decent work for all, which have a direct impact on the future of humanity. In this sense, the SDGs continue to gain significant importance at the organizational framework for many global players, especially those who want to make initiatives in a thematic field. In the face of this importance, a key role is attributed to digital technologies in the UN's renewed global discourse. In recent years, the research showing the importance of blockchain technology in ensuring economic, environmental, and social sustainability has been increasing. These studies indicate that blockchain technology embraces a much wider range of applications than the finance sector, including the sustainability of supply chains and traceability of products. In this sense, this research propounds to evaluate the potential of blockchain technology to encourage collaborative initiatives which contribute to the achievement of SDGs. This paper is based on a broad systematic review of the research on blockchain technology in the literature from the perspective of the SDGs. The research results show that blockchain technology has significant potential to support the achievement of SDGs and will increase in popularity among global players in the near future..

Keywords: Blockchain technology, sustainable development goals, global sustainability



METaverse’TE DİJİTAL VARLIKLARIN RAPORLANMASI

V. Evrim ALTUK ÖZTÜRK

Trakya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2139-8081

ÖZET

İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte iletişim farklı bir boyuta taşınmış, daha kolay ve hızlı hale gelmiştir. Bu durum ticareti de etkilemiştir. Ticaret, geldiğimiz noktada artık sanal ortamlarda da yapılabilmektedir. Son zamanlarda ise sanal dünyalar tartışılır hale gelmiştir. Bu sanal dünyalar, yaşadığımız gezegene benzemekle birlikte farklı biçimlerde kurgulanmış evrenler de olabilmektedir. Metaverse, bu sanal dünyaları barındıran, üç boyutlu sanal bir ortamda, kullanıcılarının sanal karakterleri (avatarları) ile iletişim kurabildiği dijital bir dünyayı temsil etmektedir. Metaverse, henüz gelişmekte olan bir evren ve şu anda sınırlı bir kesimin ilgisini çekmektedir. Ancak, diğer sosyal medya uygulamalarında olduğu gibi Metaverse’ün de büyük kitlelere ulaşması beklenmektedir. Metaverse’te avatarlar aracılığıyla gerçek dünyadaki varlıkların dijital versiyonları satın alınabilmektedir. İlerleyen zamanlarda şirketlerin de bu sanal dünyada yer alacakları düşünülürse, şirketler de çeşitli varlıkların alım ve satımını yapabileceklerdir. Bu noktada şirketlerin satın aldıkları bu dijital varlıkları nasıl raporlayacakları önemli hale gelmektedir. Bu çalışmanın amacı, Metaverse’te var olan dijital varlıkların nasıl değerlendirileceğini ve raporlanacağını Uluslararası Finansal Raporlama Standartları’nda (UFRS) yer alan ilkeler bağlamında açıklamaktır. Bu varlıklar, somut varlıklar olmadıklarından ve bir hakkı temsil ettiklerinden maddi olmayan duran varlık olarak sınıflandırılabilirler. Bununla birlikte, Metaverse’teki faaliyetler arttıkça finansal raporlama standartlarındaki açıklamalar yetersiz kalacaktır. Yeni hesap gruplarının oluşturularak bunlara ilişkin ilkelerin belirlenmesi uygun olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Metaverse, dijital varlıklar, UFRS



REPORTING OF DIGITAL ASSETS IN THE METAVERSE

V. Evrim ALTUK ÖZTÜRK

Trakya Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-2139-8081

ABSTRACT

With the introduction of the Internet, communication has been changed in a way that it become easier and faster. This also affected the trade. Now, trade has become possible in virtual environments. Recently, virtual worlds are subject of debate. Although these worlds are similar to the planet we live on, they can also be constructed in different shape. The Metaverse represents a digital world that includes these virtual worlds, where its users can communicate with their virtual characters (avatars) in a three-dimensional virtual environment. The Metaverse is still an emerging universe and currently attracts limited attention. However, just like other social media applications, the Metaverse is expected to reach large parties. In the Metaverse, digital versions of real-world assets can be purchased through avatars. Considering that companies will take place in this virtual world in the future, they will be able to trade various assets. At this point, it becomes important how companies will report these digital assets that they buy. The aim of this study is to explain how digital assets will be measured and reported on the basis of the principles in International Financial Reporting Standards (IFRS). Since these assets are not tangible assets and represent a right, they can be classified as intangible assets. However, there will be a lack of guidance in IFRS, as activities in the Metaverse increase. It will be appropriate to introduce new accounts and determine the principles regarding them.

Keywords: Metaverse, digital assets, IFRS



STRATEJİK ÇEVİKLİK İLE DEĞER YARATAN İNOVASYON: MÜŞTERİ VE SON KULLANICI GÖZÜNDEN BİR İNCELEME

Cemalettin Öcal FİDANBOY

OSTİM Teknik Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-8963-0778

ÖZET

Dijital çağın çağdaş işletmeleri, sahip oldukları bilişim teknolojileri imkanlarını kullanarak son kullanıcılara sundukları hizmetlerle müşteri potansiyellerini günden günde arttırmaktadır. Bu işletmeler son kullanıcılar için gerçekleştirdikleri değer yaratan inovasyonlar ile önemli bir müşteri kitlesi yaratmakta ve stratejik çeviklik olarak adlandırılan yeni yönetim stratejisiyle, rakipleri karşısında sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü kazanmaktadır. Dijital çağın yeni yönetim paradigması olan çevik yönetim yaklaşımını etkili bir şekilde kullanan işletmeler; geleneksel yönetim yaklaşımları yerine kendi kendini organize edebilen esnek, hızlı, çevik ve müşteri odaklı küçük takımlarla büyük işler başarmakta ve gösterdikleri çevik davranışlarla rakiplerinin her zaman bir adım önünde yer almaktadır. Stratejik olarak çevik davranamayan ve bilişim teknolojilerine yeterli yatırımları yapamayan işletmeler ise, sürekli olarak güç kaybetmekte ve örgütsel ortamlardan yavaş yavaş kaybolmaktadır. Stratejik çeviklik; bir işletmenin ürün ve hizmetlerini kullananlar için yeni değerler yaratacak inovasyonlar yapması, bu inovasyonları son kullanıcılarına sunması ve işletmenin hali hazırda müşterisi olmayan bu kullanıcıları cezbederek, geleceğin sadık müşterileri haline getirebilme çabasıdır. Stratejik olarak çevik bir işletme; henüz müşterisi olmayan son kullanıcılarına değer yaratabilmek amacıyla, yaratıcı ve yenilikçi bir düşünceyle son kullanıcıların ihtiyaçlarına odaklanmalı, bu ihtiyaçların bir pazara dönüşüp dönüşmeyeceğini belirlemeli, rakip işletmeler için pazara giriş engeli oluşturabilmek amacıyla kolayca taklit ve ikame edilemeyen inovasyonlar yapmalı, önerdiği yeni çözümün kullanıcının hayatına nasıl bir iyileşme sağlayacağını ön görebilmeli, rakiplerini düşünerek savunmaya geçmek yerine inovasyona son kullanıcı ve müşterinin gözünden bakabilmelidir. Bu bildiride, işletmelerin stratejik çeviklik göstererek son kullanıcı ve müşteri için değer yaratan inovasyonlara hangi çabalarla ulaşabileceği kuramsal bir çerçevede tartışılmakta ve tartışmalar sonucunda ortaya konulan önermeler son kullanıcı ve müşteri gözünden incelenmektedir. Yapılan araştırmanın, işletmelerin



çağdaş yönetim stratejilerine fayda sağlayabileceği ve çevik yönetim paradigmasının gelişmesine katkı verebileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Stratejik çeviklik, inovasyon, müşteri, son kullanıcı.



INNOVATION THAT CREATES VALUE WITH STRATEGIC AGILITY: A REVIEW FROM CUSTOMER AND END USER EYES

Cemalettin Öcal FİDANBOY

OSTİM Teknik Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-8963-0778

ABSTRACT

Contemporary companies of the digital age are increasing their customer potential day by day with the services they offer to end users by using their information technologies. These companies create a significant customer base with their innovations that create value for their end users, and with this new management strategy called strategic agility, they gain a sustainable competitive advantage over their competitors. Businesses that effectively use the agile management approach, which is the new management paradigm of the digital age, achieve great things with self-organizing, flexible, fast, agile and customer-oriented small teams instead of traditional management approaches, and are always one step ahead of their competitors with their agile behaviors. Companies that cannot act strategically agile and make sufficient investments in information technologies are constantly losing power and gradually disappearing from organizational environments. Strategic agility is the effort of an enterprise to make innovations that will create new values for those who use its products and services, to offer these innovations to its end users, and to attract these users who are not currently customers of the enterprise and turn them into loyal customers of the future. A strategically agile company should focus on the needs of end users with a creative and innovative thinking in order to create value for its end users who are not yet customers, determine whether these needs will turn into a market, make innovations that cannot be easily imitated or substituted in order to create a barrier to entry for competitors, It should be able to foresee how the new solution will improve the user's life, and look from the eyes of the end user and the customer instead of thinking about his competitors and going on the defensive. In this paper, it is discussed in a theoretical framework how businesses can achieve innovations that create value for the end user and customer by showing strategic agility, and the propositions that are put forward because of the discussions are examined from the perspective of the end user and the customer. It is thought that the research can benefit the modern management strategies of the enterprises and contribute to the development of the agile management paradigm.

Keywords: Strategic agility, innovation, customer, end user



THE EXPANSION OF RIGHTS VIOLATIONS IN DIGITAL BUSINESS : A TRUTH TO BE FACED

Pr BADI BOUKEMIDJA Nadjiba

University Of Algiers1

ORC-ID: 0000-0001-9361-3938

ABSTRACT

Concerning digital business, the search for customers must not be placed under the sign of disloyalty and if the courts are led to recall the freedom for each competitor to attract customers from his rivals, it is always subject to “respecting the customs fair trade”.

In this context, with analytic method, the concept of customer acquisition implies, first of all, the observation that the product is aimed at the same customer base, it is not important that the customer is initially loyal to a competitor, only the qualitative identification of the product being of such a nature as to verify whether there is a “starter” of resemblance to the competitor’s product allowing, after the faulty process has been identified.

With regard to “disparagement”, which is an attack directed against a competitor or a given category of competitors, its consequences go further since the information given on the competitor or its products being inaccurate, the consumer risks being harmed too.

Counterfeiting produces negative effects for all economic players: it leads to loss of market share, manifests attitudes of unfair and/or parasitic competition, particularly with regard to distribution networks, since it saves all investment, creation, advertising, marketing and business development expenses, in addition to expenses relating to legal protection. It only rarely concerns the largest companies, but has its effects on sectors affecting the creative. It therefore has real consequences in terms of growth and employment.

In conclusion, the infringement of digital business may concern the right, for example, counterfeiting, and may concern the illicit means, for example, disparagement.

Keywords: Rights, violation, digital business, infringement.



BÜYÜK VERİ BİR FIRSAT MIDIR YOKSA TEHDİT Mİ: MUHASEBE VE DENETİM PERSPEKTİFİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

Adem ÖĞÜT

Necmettin Erbakan Üniversitesi

Abdullah BAĞCI

Necmettin Erbakan Üniversitesi

ÖZET

Günümüzde işletmeler için finansal ve finansal olmayan verilerin kaydedilmesi, analiz edilmesi ve raporlanması daha hızlı ve daha karmaşık hale gelmiştir. Nesnelere arasındaki etkileşim nedeniyle, geleneksel muhasebe ve denetim yöntemleri de hızlı bir değişim sürecine girmiştir. Kaydedilen verilerle işletmede büyük veri tabanları oluşturmak, yararlı ve anlamlı bilgiler elde etmek ve bilgi kullanıcılarına bunları zamanında sunmak stratejik önem taşımaktadır. Büyük veri tekniklerini kullanmanın avantajları arasında maliyet düşürme ve rekabet avantajı sayılabilir. Maliyet düşürme açısından, büyük veri, iş alanlarının büyük verileri geleneksel veritabanından çok daha ucuza tutmasına yardımcı olur. Rekabet avantajı açısından büyük veriyi yeni iş fırsatları için kullanmak olasıdır. Büyük veri analizinin sonuçları yeni ürünler, hizmetler bulmaya yardımcı olabilir ve hatta iş modelleri geliştirilebilir. Almeida'nın büyük verinin yararları ve zorlukları hakkındaki araştırmasına göre, yöneticiler büyük verinin en önemli beş avantajını şu şekilde tanımlıyor; tüketici davranışına ilişkin öngörülerini artırmak, satış sayılarını artırmak, kayıtları artırmak, yatırım getirisini artırmak, müşteri memnuniyetini artırmak ve satışa yol açmak (Yurtsevenler, 2019). Öte yandan, büyük veri, yaşama her yönüyle sağladığı faydanın yanı sıra kimi endişelere de yol açmaktadır: Bir yandan yaşam tarzının iyi yönde değişmesine yol açarken diğer yandan neredeyse her alandaki verilerin toplanıp işlenmesini mümkün hâle getirmekte, bu da gizliliğin korunması gibi noktalarda kişileri tedirgin etmektedir. Bu nedenle büyük veri; veri gizliliği, veri güvenliği ve veri ayrımcılığı noktalarında veri toplayıcılarına ağır yasal sorumluluklar yüklemektedir. Sorumlulukların yerine getirilmemesi ve büyük verilerin sızmasının veri toplayıcılara maddi manevi ciddi kayıplar yaşatacağı unutulmamalıdır. Sonuç olarak, bu çalışmada büyük verinin muhasebe ve denetim açısından sunduğu fırsatlar ve tehditler incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Büyük veri, dijitalleşme, muhasebe, denetim



IS BIG DATA AN OPPORTUNITY OR A THREAT: AN ANALYSIS FROM ACCOUNTING AND AUDIT PERSPECTIVE

Adem ÖĞÜT

Necmettin Erbakan Üniversitesi

Abdullah BAĞCI

Necmettin Erbakan Üniversitesi

ABSTRACT

Recently, recording, analyzing and reporting financial and non-financial data for businesses has become faster and more complex. Due to the interaction between objects, traditional accounting and auditing methods have also entered a rapid change process. It is of strategic importance to create large databases in the enterprise with the recorded data, to obtain useful and meaningful information and to present them to information users in a timely manner. Advantages of using big data techniques include cost reduction and competitive advantage. In terms of cost reduction, big data helps businesses keep big data much cheaper than traditional database. In terms of competitive advantage, it is possible to use big data for new business opportunities. The results of big data analytics can help find new products, services, and even business models can be developed. According to Almeida's research on the benefits and challenges of big data, executives define the top five advantages of big data as follows; to increase insights on consumer behavior, increase sales, increase registrations, increase return on investment, increase customer satisfaction and lead to sales (Yurtsevenler, 2019). On the other hand, in addition to the benefits it provides to life in every aspect, big data also raises some concerns: On the one hand, it leads to a change in the lifestyle for the better, on the other hand, it makes it possible to collect and process data in almost every field, which makes people nervous about the protection of privacy. Therefore, big data; imposes heavy legal responsibilities on data collectors in terms of data privacy, data security and data discrimination. It should not be forgotten that failure to fulfill responsibilities and leakage of big data will cause serious financial and moral losses to data collectors. As a result, in this study, the opportunities and threats presented by big data in terms of accounting and auditing will be examined.

Keywords: Big data, digitalization, accounting, audit



EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN DIGITAL TRANSFORMATION, ORGANIZATIONAL LEARNING, AND STRATEGY

Gökhan TANRIVERDİ

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-9863-3620

ABSTRACT

The digital transformation that emerged as a result of the fourth industrial revolution has made it necessary for businesses to review their strategies and product and service production processes to survive and gain a competitive advantage. In this sense, the concept of digital transformation has also attracted attention in the business management literature due to its vital importance for businesses. However, although businesses have to adapt to a critical period for themselves, there is a curiosity about what strategies businesses should follow with the new digital era and how they can create these strategies. From this point of view, through reviewing the related literature, the study aims to examine the process of forming a digital transformation strategy by starting from the concepts of digital transformation and organizational learning and to reveal the frequently used digital transformation strategies by businesses. The study is expected to contribute to businesses in terms of understanding the process of forming digital transformation strategies.

Keywords: Digital transformation, organizational learning, strategy formation



YÜKSELEN ŞİRKET Mİ, TARİHE KARIŞAN ŞİRKET Mİ? VUCA DÜNYASINDA LİDERLİĞİN YAPI TAŞLARI

Adem ÖĞÜT

Necmettin Erbakan Üniversitesi

Hala ABUDBAA

Necmettin Erbakan Üniversitesi

Nahit YILMAZ

Necmettin Erbakan Üniversitesi

ÖZET

İş dünyasının küresel boyutta dijitalleşmesiyle ve hızlı değişen atmosferiyle birlikte hem birey olarak hem de örgüt olarak ayakta kalabilmek oldukça güçleşmiştir. Liderler VUCA olarak adlandırılan bu değişken dünyanın gerçekleriyle yüzleşerek, ortaya çıkan değişimleri hızlıca kabul edebilmeli, olaylara bakış açılarını yenilemeli ve kendilerinde var olan yetkinliklerini geliştirerek, bu yeni dünyaya uygun stratejilerle yol almalıdır. Deneyimlediğimiz ve geçmişle kıyaslanamayacak hızda değişen, birbirleriyle karşılıklı ilişki içinde pek çok etmenin oluşturduğu karmaşık, oynak, muğlak ve belirsiz iş dünyası ortamı, VUCA olarak betimlenmektedir. VUCA, volatility, uncertainty, complexity ve ambiguity kelimelerinin baş harflerinden oluşan bir kısayol tanımlamadır. Pandemi, ekonomik dalgalanmalar ve dijital dönüşümler nedeniyle dünya artık eskisinden çok farklı bir sosyo-ekonomik yapıya evrilmekte ve bu parametrelerle çevrelenen VUCA dünyasında liderlik rolü kritik ve stratejik bir değere yükselmektedir. İş alanında -sektör farketmeksizin- liderler, bu dalgalanma, belirsizlik ve karmaşıklık ortamında keşfedilmemiş sulara gezinirken benzeri görülmemiş fırtınalarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu çalışmada, ulusal ve küresel ölçekte ve düzlemde VUCA ile nasıl bir iş dünyasının şirketleri karşıladığı resmedilmekte, yeni liderlik becerileri ve yetkinlikleri vurgulanmakta ve başarı ve başarısızlık öykülerinden hareketle neleri yaparsak yükselen şirketler, neleri yaparsak tarihe karışan şirketler arasında yer alacağımız kategorik olarak analiz edilmektedir.

AnahtarKelimeler: VUCA dünyası, dijital liderlik, yükselen şirket, çevik liderlik



RISING COMPANY OR DISAPPEARING COMPANY? BUILDING BLOCKS OF LEADERSHIP IN THE VUCA WORLD

Adem ÖĞÜT

Necmettin Erbakan Üniversitesi

Hala ABUDBAA

Necmettin Erbakan Üniversitesi

Nahit YILMAZ

Necmettin Erbakan Üniversitesi

ABSTRACT

With the global digitalization of the business world and the rapidly changing atmosphere, it has become very difficult to survive both as an individual and as an organization. Leaders must face the realities of this changing world, called VUCA, and be able to quickly accept the emerging changes, renew their perspectives on events, and develop their own competencies and move forward with strategies suitable for this new world. The complex, volatile, ambiguous and uncertain business environment that we have experienced and that is changing at an incomparable pace with the past and created by many interrelated factors is described as VUCA. VUCA is an acronym for volatility, uncertainty, complexity and ambiguity. Due to the pandemic, economic fluctuations and digital transformations, the world is evolving into a very different socio-economic structure than before, and the leadership role in the VUCA world surrounded by these parameters rises to a critical and strategic value. Business leaders, regardless of industry, face unprecedented storms as they navigate uncharted waters in this environment of volatility, uncertainty and complexity. In this study, how a business world welcomes companies with VUCA on a national and global scale, new leadership skills and competencies are emphasized, and based on success and failure stories, it is categorically analyzed that what we do will be among the companies that are rising and what we do will be among the companies that become history. The abstract should be between 150 to 300 words in Turkish and English. The abstract should include the major aspect of the study, the overall purpose of the study, methodology, data sources, basic findings, discussions and the conclusion of the study.

Keywords: VUCA world, digital leadership, emerging company, agile leadership



METaverse UYGULAMALARI VE DIŞ TİCARET

Ata KAHVECİ

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2010-614X

Onur TOS

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4992-9315

ÖZET

Günümüzde bilgi iletişim teknolojilerinde (BIT) yaşanan gelişmeler dijitalleşmenin önünü açmaktadır. Dijitalleşmenin etkisiyle ön plana çıkan son kavram ise Metaverse'dir. Metaverse, birçok alanın günümüz koşullarına bakış açısını etkilemiş ve yeni bir çehre kazandırmıştır. İlk örnekleri eğitim odağında görülen Metaverse, sanal dünyada artırılmış gerçeklik unsurları sunmakta, kurum ve kişisel bazda avatar kullanımına imkan tanıyarak normal düzen yaşam koşulları ile eş zamanlı olarak Metaverse dünyasında işlevsellik sergilenmesini sağlamaktadır. Bu imkan sayesinde iş kolu fark etmeksizin her türlü eylem daha kısa yollardan gerçekleştirilebilmekte, hareket alanları genişletilebilmekte, bağlantılar kuvvetlendirilebilmekte ve etkileşim düzeyi artırılabilir. Bu çerçevede Metaverse ortamı sunduğu yeni yaşam alanı ile birçok alanda olası gelişmelerinde önünü açmaktadır. Önünü açtığı sektörlerden biri de dış ticarettir. Ülkeler arasındaki mesafelere ek olarak yapısı gereği birçok kurumun ve tarafın yer aldığı dış ticaret, karmaşık süreçleri içermektedir. Bu süreçlerin hızlandırılması ve kolaylaştırılabilmesi için dijitalleşme kapsamında Endüstri 4.0 tabanlı çözümlerin hızlı bir şekilde dış ticaretin temel unsurları olan ödemeler, gümrük işlemleri, lojistik, sigorta, risk hesaplaması gibi birçok konuda uygulandığı görülmektedir. Literatür incelendiğinde dış ticaret kapsamında yapay zeka, nesnelerin interneti, blokzincir, NFT (non-fungible token), artırılmış gerçeklik başlıklarında çalışmalar bulunmakla birlikte, Metaverse ile dış ticaret konusunu birlikte ele alan bir çalışma tespit edilememiştir. Bu noktadan hareketle, çalışma kapsamında birçok sektör için yaratıcı yıkım etkisi olacak Metaverse konusu literatür çerçevesinde araştırılarak dış ticarete olası etkilerinin neler olabileceği kavramsal bir bakış açısı ile incelenecektir. Dış ticaretin geleceğine ilişkin dijitalleşme kapsamında yapılan çalışmaların ışığında sektör uygulamacıları, akademisyenler ve kamu kesiminde Metaverse konusunun bütünsel bir bakış açısı ile tartışılması büyük önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Metaverse, dış ticaret, dijitalleşme, endüstri 4.0



METaverse APPLICATIONS AND FOREIGN TRADE

Ata KAHVECİ

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-2010-614X

Onur TOS

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-4992-9315

ABSTRACT

Today's advances in information and communication technologies (ICT) are paving the way for digitalization. Metaverse is the final concept that emerges as a result of digitalization. The Metaverse has influenced the perspective of many fields on current conditions and given it a new face. The Metaverse, the first examples of which we see in the context of education, presents augmented reality elements in the virtual world that allows the use of avatars on an institutional and personal basis, and allows functionality to be displayed in the Metaverse world while normal living conditions are maintained. Because of this opportunity, all types of actions, regardless of business line, can be completed in less time, mobility regions can be enlarged, connections can be strengthened, and the level of interaction can be increased. In this perspective, the Metaverse environment, with its novel living space, sets the way for potential breakthroughs in a variety of fields. Foreign trade is one of the industries it paved the way for. Foreign trade, which involves many institutions and parties due to its structure, entails complex processes in addition to the distances between countries. In order to accelerate and facilitate these processes, Industry 4.0-based solutions within the scope of digitalization are rapidly deployed in various basic elements of foreign trade such as payments, customs procedures, logistics, insurance, risk calculation etc. Although there are researches on artificial intelligence, internet of things (IoT), blockchain, NFT (non-fungible token), and augmented reality etc. within the context of foreign trade, but no study associated with Metaverse and foreign trade was found in the literature review. In this regard, within the scope of this study, Metaverse, which will have a creative destruction effect for many sectors, will be scanned within the framework of the literature and its potential effects on foreign trade will be examined from a conceptual perspective. In the light of the studies on the future of foreign trade and digitalization, it is of great importance to discuss the Metaverse issue with a holistic perspective among the private sector practitioners, academics and the public sector.

Keywords: Metaverse, foreign trade, digitalization, industry 4.0



DİJİTAL YÖNETİM VE STRATEJİ; GENÇ DOSTU BİRİMİ ÖRNEĞİ

Özgül ÖRSAL

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-1315-7483

ÖZET

Küresel Covid-19 krizi sonucunda yönetim ve strateji yapılarında değişim ve yenilik sürecini hızlandırmış, dijital dönüşümü tüm kamu ve özel kurum ve kuruluşlar için zorunlu hale getirmiştir. Üniversite öğrencileri Türkiye'deki gençlik grubunun %55,4'ünü Eskişehir'deki üniversite gençleri ise %20,1'ini oluşturmaktadır. Bu çalışma Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Gençlik Dostu Merkezi ESOGÜ-GEDAB'ın dijital yönetimi ve stratejisi, internet sitesinde yer alan bilgilerin gençlerin özel ihtiyaçlarına ne kadar cevap verdiğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. ESOGÜ GEDAB Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda temel sağlık bilgileri Mart 2019 tarihinden itibaren www.gedab.ogu.edu.tr adresinde paylaşılmaktadır. Tekrar tekrar girmek mümkün olsa da, ziyaretçi sayısı doğru bilgiye ulaşmak açısından önemlidir. Ocak 2019 - Temmuz 2022 tarihleri arasında sitemizi ziyaret eden toplam ziyaretçi sayısı 1.603.388'dir. Günde ortalama 1250, ayda 37.500 kez ziyaret edildiği belirlendi. GEDAB'dan 18 yılda toplam 37.687 öğrenci hizmet ve danışmanlık alırken, web sitemiz ile 3 yıl 6 ay gibi kısa bir sürede 14 yılda verdiğimiz hizmetle 43 kat daha fazla gence ulaşıldığı belirlendi. Bu veriler gençlerin internet üzerinden doğru bilgiye ulaşmaları gerektiğinin önemli bir göstergesidir. Geniş kitlelere ulaşmada etkili olan dijitalleşme, gençler arasında "Bilinçli Gençlik, Sağlıklı Gelecek" yaratmada etkili oluyor. Gençlik Dostu Merkezlerin sağlık iletişimine, dijital uygulamalara ve nesil teorisine odaklanarak, gençlerin sağlığının iyileştirilmesi, farkındalık yaratılması, sağlık hizmetlerinin sunumunun iyileştirilmesi, strateji ve yönetim sürecinde sürdürülebilirlik konularında yöneticilere kaynak sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik yönetim, dijitalleşme, web sitesi, ulaşılabilirlik



DIGITAL MANAGEMENT AND STRATEGY; EXAMPLE OF YOUTH-FRIENDLY CENTER

Özgül ÖRSAL

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1315-7483

ABSTRACT

As result of the global Covid-19 crisis, has accelerated the process of change and innovation in management and strategy structures and has made digital transformation compulsory for all public and private institutions and organizations. University students constitute 55.4% of the youth group in Turkey, and university students in Eskişehir 20.1%. This study was carried out to determine the digital management and strategy of Eskişehir Osmangazi University Youth-Friendly Center ESOGÜ-GEDAB, and how much the information on the website responds to the special needs of young people.

In line with the ESOGÜ GEDAB Sustainable Development Goals, basic health information has been shared at www.gedab.ogu.edu.tr since March 2019. Although it is possible to enter repeatedly, the number of visitors is important in order to reach the right information.

The total number of visitors visiting our site between January 2019 and July 2022 is 1,603,388. It was determined that an average of 1250 visits were made per day and 37,500 times per month. While a total of 37,687 students received service and consultancy from GEDAB in 18 years, it was determined that 43 times more young people were reached with the service we provided in 14 years, in a short period of 3 years and 6 months with our website.

These data are an important indicator of the need for young people to access accurate information on the internet. Digitalization, which is effective in reaching large masses, is effective in creating “Conscious Youth, Healthy Future” among young people. Focusing on the health communication, digital applications, and generation theory of Youth Friendly Centers, it provides resources to managers on improving the health of young people, raising awareness, improving the delivery of health services, and sustainability in the strategy and management process.

Keywords: Strategic management, digitization, website, accessibility



KURUMSAL VERİMLİLİK SKORKARTI BSC'NİN STRATEJİK YÖNETİMDE VERİMLİLİK MALİYETLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

Özgül ÖRSAL

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-1315-7483

Nurullah UÇKUN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0001-5073-5644

ÖZET

Bu çalışma, bir üniversite hastanesinin kurumsal verimlilik karnesinin-BSC'nin stratejik yönetiminde verimlilik maliyete etkisini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Geliştirdiğimiz 95 kriterli BSC'de 10 mali kriterin puanlamasında ilgili yıllara ait Nihai Mali Tablolarda yer alan 83 veri kullanılmıştır. Hasta ve çalışan memnuniyetini puanlamak için hasta memnuniyet anketi (n=2700) ve çalışan memnuniyet anketi (n=2100) kullanıldı. Çalışmamızda verimlilik oranları, sağlık hizmetleri yönetimi, mali hizmetler yönetimi, idari hizmetler yönetimi ve stratejik yönetim hedeflerinin genel olarak değerlendirilmesi puanlarını artırdı. Üç yıllık verimlilik raporunun başarı grubu B'deki başarı oranı 71,5'ten 78,6'ya yükseldi. Hasta memnuniyeti (Polinik & Yatarak & Acil servis, laboratuvar ve Radyoloji servisleri & Ameliyathane hizmetleri) ortalama %88 iken, çalışan memnuniyet oranı %80'dir. Geliştirdiğimiz üniversite hastanesine özel BSC; verimlilik ve maliyet arasında spesifik, hassas ve kesin ölçüm sağlar ve paydaşlar tarafından benimsenen 95 kriter ile temel bileşenler ve çok boyutlu ölçüm teknikleri dahil olmak üzere finansal karşılaştırma fırsatı sunar. Nitekim üniversite hastanesi yöneticileri ve karar vericiler için stratejik bir değerlendirme ve kontrol aracıdır. Üniversite Hastanelerinin iş süreçleri yönetimini bütüncül bir yaklaşımla (maliyet/hasta memnuniyeti/çalışan memnuniyeti) üç yıllık bir değerlendirmesini ve kurumun verimliliğini kapsamlı bir görünüm ve ayrıntılı iş süreci adımlarını gösteren ilk çalışmadır. Çalışmamız, yöneticilere ve profesyonellere, muhasebe kayıtlarını ve hasta/çalışan memnuniyetini kullanarak iş yönetimi sürecini nasıl şekillendirecekleri konusunda değerli bilgiler sağlar.

Anahtar Kelimeler: Stratejik yönetim, verimlilik, üniversite hastanesi, kurumsal verimlilik kartı- bsc, entelektüel sermaye.



IMPACT OF CORPORATE PRODUCTIVITY SCORECARD BSC ON EFFICIENCY COSTS IN STRATEGIC MANAGEMENT

Özgül ÖRSAL

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-1315-7483

Nurullah UÇKUN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5073-5644

ABSTRACT

This study aims to evaluate the efficiency-cost impact of a university hospital's corporate efficiency scorecard-BSC in strategic management. In the BSC with 95 criteria we developed, 83 data in the Final Financial Statements of the relevant years were used for scoring 10 financial criteria. A patient satisfaction questionnaire (n=2700) and employee satisfaction questionnaire (n=2100) were used to score patient and employee satisfaction. In our study, overall evaluation of productivity rates, health services management, financial services management, administrative services management, and strategic management goals increased their scores. The success rate in success group B of the three-year productivity report increased from 71.5 to 78.6. While patient satisfaction (Polinic & Inpatient & Emergency services, laboratory and Radiology services & Operating room services) is 88% on average, the employee satisfaction rate is 80%. Special BSC for the university hospital we have developed; It provides specific, precise, and precise measurement between efficiency and cost, and provides the opportunity for financial comparison, including key components and multidimensional measurement techniques, with 95 criteria adopted by stakeholders. It is a strategic evaluation and control tool for university hospital managers and decision-makers. This is the first study showing a three-year evaluation of University Hospitals' business process management with a holistic approach (cost/patient satisfaction/employee satisfaction) and a comprehensive view of the institution's efficiency and detailed business process steps. Our study provides managers and professionals with valuable information on how to shape the business management process using accounting records and patient/employee satisfaction.

Keywords: Strategic management, efficiency, university hospital, institutional efficiency card-bsc, intellectual capital.



ENDÜSTRİ 4.0'IN MALİYET VE YÖNETİM MUHASEBESİNE ETKİLERİ

Yusuf AKPINAR

Adıyaman Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1613-265X

Zeynep HATUNOĞLU

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9103-2766

ÖZET

İşletmeler, 18. yüzyılda yaşanan birinci sanayi devriminde insan gücünün yerine mekanik aletlerin kullanıldığı üretim ortamından dördüncü sanayi devrimi olarak da adlandırılan Endüstri 4.0'a kadar geçen sürede insansız fabrikaların kullanıldığı bir ekonomik çevrede faaliyet gösterir duruma gelmişlerdir. Bu ekonomik ortamda teknolojiye meydana gelen değişimlerle birlikte işletmeler kendilerini rekabet edebilecek seviyeye taşımak için sürekli iyileştirme-geliştirme çabası içerisindeyler. Bu çaba günümüzde kendisini dijital dönüşüm şeklinde göstermektedir. Dijital dönüşüm "Endüstri 4.0" kavramıyla birlikte son dönemde ortaya çıkmış ve etkisini giderek artırmaya devam etmekle birlikte işletmelerin çok yakından takip ettikleri başlıca konular arasındadır. Endüstri 4.0'la birlikte yaşanan dijitalleşme çağının başka alanlarda olduğu gibi maliyet ve yönetim muhasebesi alanında da çeşitli etkileri olmuştur. Bu etkiler yönetim muhasebesinin rolünde birtakım değişiklikler meydana getirmiştir. Bu değişiklikler işletmeler için stratejik öneme sahiptir. Bu çalışmada Endüstri 4.0 ile birlikte maliyet ve yönetim muhasebesinde meydana gelen gelişmelerin kavramsal ve teorik araştırması yapılmıştır. Maliyet ve Yönetim muhasebesini etkileyen faktörler açıklanmaya çalışılmıştır. Birinci Sanayi devriminden günümüze maliyet ve yönetim muhasebesi uygulamalarında ortaya çıkan iyileştirme ve geliştirmeler analiz edilmiştir. Yeni ekonomik çevrede işletmelerin yönetim kademesindekilerin alacakları kararlara ışık tutacak bilgileri hazırlayan maliyet ve yönetim muhasebecilerinin sahip olması gereken bilgi, beceri ve yetkinlikler tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, dijitalleşme, maliyet muhasebesi, yönetim muhasebesi



IMPACTS OF INDUSTRY 4.0 ON COST AND MANAGEMENT ACCOUNTING

Yusuf AKPINAR

Adiyaman Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-1613-265X

Zeynep HATUNOĞLU

Tarsus Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-9103-2766

ABSTRACT

Businesses have come to operate in an economic environment where unmanned factories are used, from the production environment where mechanical tools are used instead of manpower in the first industrial revolution in the 18th century to Industry 4.0, which is also called the fourth industrial revolution. With the changes in technology in this economic environment, businesses are in continuous improvement-development effort to bring themselves to a competitive level. Today, this effort manifests itself in the form of digital transformation. Digital transformation has emerged recently with the concept of "Industry 4.0" and has become one of the main topics that businesses follow very closely, although it continues to increase its impact. The age of digitalization with Industry 4.0 has had various effects in the field of cost and management accounting, as in other areas. These effects have brought about some changes in the role of managerial accounting. These changes have strategic importance for businesses. In this study, the conceptual and theoretical research of the developments in cost and management accounting with Industry 4.0 has been made. Factors affecting Cost and Management accounting have been tried to be explained. Improvements and developments in cost and management accounting applications from the First Industrial Revolution to the present are analyzed. The knowledge, skills and competencies required of cost and management accountants, who prepare information that will shed light on the decisions to be taken by those at the management level of the enterprises in the new economic environment, are discussed.

Keywords: Industry 4.0, digitalization, cost accounting, management accounting



ADANA VE KAYSERİ HAVALİMANI PERFORMANSLARININ LOPCOW, COCOSO VE WASPAS YÖNTEMLERİYLE KARŞILAŞTIRILMASI

Nuh KELEŞ

Adana Gümrük Müdürlüğü

ORC-ID: 0000-0001-6768-728X

ÖZET

Dünya gün geçtikçe değişmekte ve ülkelerin nüfusu sürekli olarak artmaktadır. Ulaşım araçlarından diğerlerine göre daha hızlı olan havayolu taşımacılığı kullanılarak insanlar ve yükler bir yerden diğerine kısa sürelerde taşınmaktadır. Havayolu taşımacılığının yapıldığı terminallerden insanların ve yüklerin en hızlı, etkin ve verimli bir şekilde taşınması lojistik süreçlerine değer katmaktadır. Bu çalışmada hitap ettiği çevresi, kapasitesi, şehrin demografik özellikleri gibi faktörler sebebiyle bölgesel havalimanı olarak değerlendirilebilecek Adana ve Kayseri havalimanlarının 2017-2021 yılları arasındaki performanslarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Havalimanlarının performans değerlendirilmesi için iç hat ve dış hat ticari uçak sayısı, yolcu sayısı ile yük kapasitesi olmak üzere 6 kriter kullanılmıştır. 2017-2021 yılları arası DHMİ istatistik verileri alınmış, kriterleri değerlendirirken alternatiflerin verileri mevcut olduğu için objektif ağırlık belirleme yöntemi kullanılmasına karar verilmiştir. Kriter ağırlıklarını belirlemek için literatüre henüz 2022 yılında tanıtılan LOPCOW yöntemi kullanılmıştır. LOPCOW yöntemi verilerin farklı boyutlarda olması sorununu ortadan kaldıran, standart sapma ve logaritmik ölçümü probleme dahil eden, kriter ağırlıklarını makul bir seviyede belirlemeyi öngören objektif bir yöntem olarak tanıtılmıştır. Alternatiflerin sıralanmasında uzlaşma çözümünü sağlamak için alternatiflerin fayda değerlerini **çeşitli** işlemlerle birleştiren CoCoSo yöntemi ve sıralamayı bu yönteme kısmen benzer bir şekilde yapan WASPAS yöntemi kullanılmıştır. Adana havalimanı Kayseri'ye göre iç hat uçak sayısında 2020 yılında (pandemi döneminde) en yüksek performansı (3,36 kat) göstermiş, dış hat uçak sayısında ise 2017 yılında (2,92 kat) göstermiştir. Aynı zamanda dış hat yolcu sayısında 2021 yılında (1,05 kat) performansla en yakın değeri bulunmuştur. Adana ve Kayseri havalimanlarında 2020 yılında COVID-19'un etkisiyle en düşük performansın kaydedildiği, en yüksek performansın ise pandemiden önceki yıl olan 2019 yılında gerçekleştiği söylenebilir. Adana havalimanının 2017-2021 yılları arasındaki 5 yıl itibarıyla ticari uçak sayısı, yolcu sayısı ve yük miktarı itibarıyla Kayseri havalimanından 2,17 kat daha fazla performans gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: LOPCOW, CoCoSo, WASPAS, Havalimanı Performansı



COMPARISON OF ADANA AND KAYSERI AIRPORT PERFORMANCES VIA LOPCOW, COCOSO AND WASPAS METHODS

Nuh KELEŞ

Adana Gümrük Müdürlüğü

ORC-ID: 0000-0001-6768-728X

ABSTRACT

The world is changing day by day and the population of countries is constantly increasing. People and loads are transported from one place to another in a short time by using air transport, which is faster than the others. The fastest, most effective, and efficient way of transporting people and cargo from the terminals where air transport is made adds value to the logistics processes. This study aimed to evaluate the performance of Adana and Kayseri airports between 2017-2021, which can be considered as regional airports due to factors such as the environment, capacity, and demographic characteristics of the city. For the performance evaluation of the airports, 6 criteria were used: the number of domestic and international commercial aircraft, international passengers, and cargo capacity. DHMI statistical data between the years 2017-2021 was taken, and it was decided to use the objective weight determination method since the data of the alternatives were available while evaluating the criteria. The LOPCOW method, introduced to the literature in 2022, was used to determine the criterion weights. The LOPCOW method has been introduced as an objective method that eliminates the problem of different sizes of the data, includes standard deviation and logarithmic measurement, and predicts to determine the criterion weights at a reasonable level. So as to rank the alternatives, the CoCoSo method, which combines the utility values of the alternatives with various transactions, and the WASPAS method, which makes the ranking partially similar to this method, were used to provide a compromise solution. Compared to Kayseri, Adana airport showed the highest performance (3.36 times) in the number of domestic flights in 2020 (during the pandemic period), and in 2017 (2.92 times) in the number of international flights. At the same time, the closest value to performance was found in the number of international passengers in 2021 (1.05 times). It can be said that the lowest performance was recorded in Adana and Kayseri airports in 2020 with the effect of COVID-19, and the highest performance was realized in 2019, the year before the pandemic. It has been determined that Adana airport has performed 2.17 times more than Kayseri airport in terms of the number of commercial aircraft, the number of passengers, and the amount of cargo as of the 5 years between 2017-2021.

Keywords: LOPCOW, CoCoSo, WASPAS, Airport Performance



TÜRKİYE'DEKİ ULAŞTIRMA VE DEPOLAMA FAALİYETLERİNİN ETKİNLİĞİ ÜZERİNE BİR ANALİZ

Gökçe MANAVGAT

Toros Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-3729-835X

Ayhan DEMİRCİ

Toros Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-3788-4586

ÖZET

Ulaştırma ve depolama sektöründeki ekonomik kaynakların değerlendirilmesi, diğer ülkelerle mal akışlarının düzenlenmesi ve yeni iş sahalarının geliştirilmesi istihdamı ve ekonomik büyümeyi desteklemektedir. Dolayısıyla ülkelerin güçlü ulaştırma altyapılarına sahip olması ve bunların etkin işletilmesi rekabetçi bir ticaret akımı için önemlidir. Daha güvenli, düşük maliyette ve kısa sürede daha uzak mesafelere verilebilecek bir ulaştırma ve onun tamamlayıcısı olan depolama hizmetlerinin sunulması, sektörün etkinliği için anahtar konumundadır. Ülkeler için farklı taşıma modlarının teknik ve ekonomik açıdan etkin ve uyumlu hale getirilmesi, bunun için gerekli kaynakların rasyonel kullanılması ve ulaşımın toplulaştırılması açısından da kritiktir. Zira yüksek maliyetli ulaştırma hizmet sunumu, mal ve hizmet fiyatlarını olumsuz etkilemektedir. Bu kapsamda çalışmada, Türkiye için 4 basamaklı NACE Rev. 2 ekonomik faaliyet sınıflandırmasında yer alan 18 ulaştırma alt sistemleri ve depolama sektörlerinin göreceli etkinlikleri veri zarflama analizi ile belirlenmiştir. Analizde 2020 yılına ait 4 girdi (çalışan sayısı, personel maliyeti, satınalma maliyeti, girişimci sayısı) ve 3 çıktı (ciro, üretim değeri, katma değer) verisi kullanılmıştır. Ölçeğe göre sabit getiri varsayımına dayalı girdi yönelimli olarak yapılan analiz sonucunda 8 sektör (demiryolu ile yük taşımacılığı, deniz ve kıyı sularında yük taşımacılığı, iç sularda yolcu taşımacılığı, depolama ve ambarlama, kara taşımacılığını destekleyen hizmet faaliyetleri, su yolu taşımacılığını destekleyen hizmet faaliyetleri, havayolu taşımacılığını destekleyen hizmet faaliyetleri, taşımacılığı destekleyici diğer faaliyetler) tam etkin olarak belirlenmiştir. Türkiye'de ulaştırma ve depolama sektörleri dikkate alındığında görece etkin olan sektörlerin taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetlerde yoğunlaştığı gözlenmiştir. Bu bağlamda ulaştırma ve depolama sektörlerinde yer alan destekleyici hizmetlerin maliyet etkinlik açısından önemli bir avantaj sağladığı



belirtilebilir. Aynı sonuçlara göre Türkiye’de yolcu taşımacılığının yük taşımacılığına göre görece etkinsiz olduğu da gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ulaştırma, Depolama, Etkinlik, Veri Zarflama Analizi



AN ANALYSIS ON THE EFFICIENCY OF TRANSPORTATION AND WAREHOUSING OPERATIONS IN TURKIYE

Gökçe MANAVGAT

Toros Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-3729-835X

Ayhan DEMİRÇİ

Toros Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-3788-4586

ABSTRACT

Evaluation of economic resources in the transportation and warehousing sector, regulation of flow of goods with other countries and development of new business areas support employment and economic growth. Therefore, it is important for countries to have strong transportation infrastructures and to operate them efficiently for competitive trade. Providing safer, low-cost and longer distance transportation and its complementary warehousing services are key for the efficiency of the sector. It is also critical for countries to make different transportation modes technically and economically efficient and compatible, to use the necessary resources rationally and to consolidate transportation. Because high-cost transportation services provision negatively affects the prices of goods and services. In this paper, the relative efficiencies of 18 transport subsystems and warehousing sectors in the 4-digit NACE Rev. 2 economic activity classifications were determined by data envelopment analysis. In the analysis, 4 inputs (number of employees, personnel cost, purchasing cost, number of entrepreneurs) and 3 outputs (turnover, production value, added value) data of 2020 were used. As a result of the input-oriented analysis based on the assumption of constant returns to scale, 8 sectors (freight transport by rail, freight transport in sea and coastal waters, passenger transport in inland waters, storage and warehousing, service operations supporting land transport, service operations supporting water transport, service operations supporting air transport, other operations supporting transportation) are determined as fully efficient. Considering the transportation and warehousing sectors in Turkey, it was determined that the relatively efficient sectors concentrate on warehousing and supporting operations for transportation. From this point, it can be stated that the supporting services in the transportation and warehousing sectors provide a significant advantage in terms of cost efficiency. According to the



same results, it was determined that passenger transport is relatively inefficient compared to freight transport in Turkiye.

Keywords: Transportation, Warehousing, Efficiency, Data Envelopment Analysis



KÜRESEL TEDARİK ZİNCİRİ VE GIDA TEMİN KRİZLERİ ETKİSİNDE TÜRKİYE'DE LİSANSLI DEPOCULUK

Celil DURDAĞ

İstanbul Esenyurt Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-7323-2190

Faruk TAŞKIRAN

İstanbul Esenyurt Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0001-5404-3514

ÖZET

2019 yıl sonu itibariyle birlikte yaşamaya başladığımız pandemi süreci bütün dünyada sağlık alanını önceliklemiştir. İnsanoğlunun kısa süre içerisinde hastalığa karşı aşı geliştirmesi, yaygın aşılama ve kitlesel bağışıklık sayesinde hastalık kontrol edilebilir seviyeye gelmiştir. Bunun yanında pandeminin yarattığı kriz ortamı küresel seviyede gelişmiş tedarik zincirlerinin birçok ürün cinsi, coğrafi bölge ve uluslararası İşletme açısından kırılmasına sebep olmuştur. Hastalığın seyrinde yaşanan normalleşme bile küresel tedarik zincirlerinde yaşanan sorunların tamamen çözülmesine yetmemiştir. Bu sürecin üzerine Rusya-Ukrayna savaşının eklenmesi küresel iklim krizi ile zaten sıkıntılı olacağı bilinen gıda teminini de özellikle Türkiye açısından problemli hale getirmiştir. Tedarik zincirlerinin kırılganlığı ve gıda temininde bu gün yaşanan ve gelecekte yaşanması muhtemel bütün problemler lojistik faaliyeti içerisinde depo ve stok yönetiminin öneminin artmasını kaçınılmaz kılacaktır. Türkiye'nin gıda ihtiyacının yıllar geçtikçe artacağı düşünüldüğünde gıdayı en iyi şekilde koruyacak uzman depolara daha çok sahip olmanın gerektiği açıktır. Bundan dolayı çalışma; Türkiye'de lisanslı depoculuk faaliyetinin geçmişten günümüze gelişimini irdeleyerek lisanslı depoculuğun GZFT Analizini gerçekleştirecektir. Lisanslı depoculuk faaliyeti yürüten firmaların yetkilileriyle yapılacak derinlemesine görüşmeler ile elde edilen değerlendirmeler lisanslı depoculuğun GZFT Analizi sonuçlarıyla kıyaslanacaktır. Elde edilen bulguların ışığında sektör paydaşları için faydalı çözümler sunulmaya çalışılacaktır. Aynı şekilde sektör hizmet sunucuları-sektör hizmet alıcıları-devlet kurumları arasındaki ilişkilerin ülkemizin gıda stok yönetiminin geleceğinin en uygun biçimde gerçekleşmesi için nasıl olması gerektiği hususunda görüşler ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Gıda Temin, Küresel Tedarik Zinciri, Lisanslı Depoculuk



LICENSED WAREHOUSE IN TURKEY AGAINST THE GLOBAL SUPPLY CHAIN AND FOOD SUPPLY CRISES

Celil DURDAĞ

İstanbul Esenyurt Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-7323-2190

Faruk TAŞKIRAN

İstanbul Esenyurt Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0001-5404-3514

ABSTRACT

The pandemic process, which we started to live with as of the end of 2019, has prioritized the field of health all over the world. Thanks to the development of a vaccine against the disease in a short time, widespread vaccination and mass immunity, the disease has reached a controllable level. In addition, the crisis environment created by the pandemic has caused the global supply chains to be broken in terms of many product types, geographical regions and international businesses. Even the normalization experienced in the course of the disease was not enough to completely solve the problems in global supply chains. The addition of the Russia-Ukraine war on top of this process has made food supply, which is already known to be problematic with the global climate crisis, especially problematic for Turkey. The fragility of supply chains and all the problems that are experienced in food supply today and that are likely to be experienced in the future will make it inevitable to increase the importance of warehouse and stock management in logistics activities. Considering that Turkey's food need will increase over the years, it is clear that it is necessary to have more specialized warehouses that will protect the food in the best way. Therefore, work; will conduct a SWOT Analysis of licensed warehousing by examining the development of licensed warehousing in Turkey from past to present. The evaluations obtained through in-depth interviews with the officials of the licensed warehousing companies will be compared with the results of the SWOT Analysis of the licensed warehousing. In the light of the findings obtained, useful solutions will be tried to be presented for the stakeholders of the sector. In the same way, opinions will be put forward on how the relations between sector service providers-sector service buyers-state institutions should be in order for the future of our country's food stock management to be realized in the most appropriate way.

Keywords: Food Supply, Global Supply Chain, Licensed Warehousing



LOJİSTİK SİSTEMİNDEKİ SERMAYE YATIRIMLARI VE UZUN DÖNEMLİ EKONOMİK BÜYÜME: OECD ÜLKELERİ İÇİN BİR PANEL ARDL & NARDL ANALİZİ

Ömer DEMİR

Şırnak Valiliği

ORC-ID: 0000-0001-8421-0619

ÖZET

Bu çalışma, sermaye girdilerine göre sabit getirili ve her bir girdi için de azalan verimliliğin geçerli olduğu Cobb-Douglas tipi bir üretim fonksiyonu ile tanımlanan bir içsel büyüme modelinin teorik motivasyonu temelinde lojistik sistemindeki fiziksel sermaye yatırımları ve uzun dönemli ekonomik büyüme arasındaki doğrusal ve doğrusal olmayan ilişkiyi sınamaktadır. Bu amaçla, 1995-2018 dönemi kapsamında 28 OECD ülkelerinden oluşan bir örneklem üzerinden sabit sermaye yatırımı, taşıma altyapı yatırımı ve beşerî sermaye yatırımı oranlarındaki değişmelerin kişi başına GSYH büyüme oranını kısa ve uzun dönem dinamikleri bağlamında doğrusal veya doğrusal olmayan bir şekilde etkileyip etkilemediği panel ARDL & NARDL yaklaşımıyla incelenmiştir. Elde edilen bulgular, örneklem kapsamındaki OECD ülkelerinin lojistik sistemlerindeki fiziksel sermaye yatırımlarının uzun dönemli ekonomik büyümeyi hem doğrusal hem de doğrusal olmayan bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Buna göre, lojistik sistemindeki fiziksel sermaye yatırımlarını temsil eden toplam taşıma (ulaştırma) altyapı yatırımı oranındaki değişmelerin, uzun dönemde doğrusal olarak kişi başına GSYH büyüme oranına anlamlı pozitif katkı yapmaktadır. Doğrusal olmayan ilişkiler bağlamında toplam taşıma altyapı yatırım oranındaki pozitif şoklar uzun dönemde büyüme oranı üzerinde anlamlı pozitif; negatif şoklar ise anlamlı negatif bir etkiye sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Büyüme, Taşıma Altyapı Yatırımı, Panel ARDL & NARDL Yaklaşımı



CAPITAL INVESTMENT IN LOGISTICS SYSTEM AND LONG-RUN ECONOMIC GROWTH: A PANEL ARDL & NARDL ANALYSIS FOR OECD COUNTRIES

Ömer DEMİR

Şırnak Valiliği

ORCID: 0000-0001-8421-0619

ABSTRACT

This study examines the linear and nonlinear relationship between physical capital investment in logistics system and long-run economic growth, based on the theoretical motivation of an endogenous growth model defined by a Cobb-Douglas type production function with constant returns to all accumulated capital inputs and a decreasing productivity for each input. For this purpose, whether the changes in the rates of fixed capital investment, transport infrastructure investment and human capital investment affect the per capita GDP growth rate in a linear or non-linear way in the context of short-run and long-run dynamics, is investigated by panel ARDL & NARDL approach, using a dataset covering a sample of 28 OECD countries over the period of 1995-2018. The findings show that physical capital investment in logistics systems affect long-run economic growth both linearly and non-linearly in OECD countries covered by the sample. Accordingly, the changes in the total transport infrastructure investment rate, which represents physical capital investment in logistics systems, make a significant positive contribution to the per capita GDP growth rate in the long run, linearly. In the context of non-linear relations, positive shocks in this investment rate have a significant positive, and negative shocks have a significant negative effect on the growth rate in the long run.

Keywords: Economic Growth, Transport Infrastructure Investment, Panel ARDL & NARDL Approach



BULANIK LMAW YÖNTEMİ İLE LOJİSTİK ENDÜSTRİSİNDE ROBOTİK SİSTEM SEÇİMİ

Hande KÜÇÜKÖNDER

Bartın Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-0853-8185

Ömer Faruk GÖRÇÜN

Kadir Has Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-3850-6755

ÖZET

Endüstri 4.0 çağında, teknolojik gelişmelere bağlı olarak robotik sistemler imalat sanayinde yaygın olarak kullanılan bir teknoloji haline gelmiştir. Ancak lojistik sektöründe henüz yeterince yaygınlaşmamıştır. Bunun temel nedeni lojistik operasyonların imalat sanayi operasyonlarından daha karmaşık olmasıdır. Ayrıca robotik yeni bir teknolojidir ve endüstri uygulayıcıları için uygun teknolojilerin seçimini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle birçok değerlendirme faktörünü göz önünde bulundurarak ve bu faktörlere ilişkin alternatifleri sıralamak erişilebilir bir iş değildir. Ayrıca karar vericiler olgusal bilgi ve verilere ulaşamayabilir ve belirsiz bir ortamda karar vermek zorunda kalabilirler. Bu perspektiften, mevcut makale, lojistik endüstrisinde kullanılan robotik seçimi ile ilgili sorunları çözmek için toplamsal ağırlıkların bulanık logaritma metodolojisini (F-LMAW) önermektedir. Yaklaşımın seçilmesinin ana nedeni, LMAW tekniğinin daha güvenilir ve istikrarlı bir karar verme ortamı sağlamasıdır. Çalışmada, sekiz kritere ilişkin altı alternatifin sıralanması için F-LMAW tekniği uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre lojistik firmaları için robotik seçim problemlerinin F- LMAW yaklaşımı ile etkin bir karar verme çerçevesinde çözülebildiği gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Lojistik işletmeler, LMAW, Bulanık ortam, Karar verme, Robotik seçimi



SELECTION OF THE ROBOTIC SYSTEMS IN THE LOGISTICS INDUSTRY WITH THE FUZZY LMAW TECHNIQUE

Hande KÜÇÜKÖNDER

Bartın Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-0853-8185

Ömer Faruk GÖRÇÜN

Kadir Has Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0003-3850-6755

ABSTRACT

In the era of Industry 4.0, robotic systems have become commonly used technology in the manufacturing industry depending on technological improvements. However, they have not still become widespread in the logistics industry sufficiently. Being more complicated the logistics operations than the operations of the manufacturing industries is the main reason for that. Besides, robotics is a new technology and complicates the selection of the proper technologies for industry practitioners. Hence, considering many evaluation factors and ranking the alternatives concerning these factors is not an accessible business. In addition, decision-makers may not reach factual information and data and may have to decide in an uncertain environment. From this perspective, the current paper proposes the Fuzzy Logarithm Methodology of Additive Weights (F-LMAW) technique to solve the problems concerning the selection of robotics used in the logistics industry. The main reason for selecting the approach is that the LMAW technique provides a more reliable and stable decision-making environment. In the study, the F-LMAW technique was applied to rank the six alternatives concerning eight criteria. According to the analysis result, it has been observed that the robotic selection problems for the logistics companies can be solved with the F-LMAW approach in an effective decision-making frame.

Keywords: Logistics companies, Business, LMAW, Fuzzy environment, Robotic selection



İMALAT SEKTÖRÜNDE YEŞİL TEDARİK ZİNCİRİ UYGULAMALARINA İLİŞKİN ZORLUKLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Alper ÖZAŞKIN

İstanbul Ticaret Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4789-0317

Ali GÖRENER

İstanbul Ticaret Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6000-5143

ÖZET

18. yüzyılda ortaya çıkan Sanayi Devrimi dünya nüfusunda önemli bir artışa neden olmuştur. Doğal kaynakların kontrolsüz kullanılması nedeniyle kaynaklar hızlıca tükenmeye başlamış ve artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak için hızlanan üretim faaliyetleri sonucu ortaya çıkan atıklar ve atmosfere salınan çeşitli biçimlerdeki emisyonlardaki artış çevreye büyük ölçüde zarar vermiştir. Çevre sorunlarının insanoğlunun yaşam koşulları üzerindeki etkilerinin belirgin hale gelmesiyle beraber dünya genelinde çevre sorunlarına yönelik farkındalık artmıştır. Yaşanan bu gelişmeler sonucu tedarik zincirindeki çevresel sorunları en aza indirmek için ortaya çıkan “yeşil tedarik zinciri” kavramı tedarik zincirindeki çevresel etkileri ve kaynak kullanımını dikkate almayı amaçlamaktadır. Hammadde kaynaklarının giderek azalmaya başlaması, atık alanlarının dolması ve sürekli artan kirlilik seviyeleri gibi çevresel sorunlar yeşil tedarik zincirinin önemini giderek arttırmıştır. Yeşil tedarik zinciri uygulamalarının benimsenmesi sırasında, işletmeler bazı zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu çalışmada, imalat sektöründe yeşil tedarik zinciri uygulamalarına ilişkin zorlukların ve bu zorlukların üstesinden gelebilmek için çözüm önerilerinin analizi amaçlanmaktadır. Araştırmanın verileri, imalat sektöründe bulunan ve yeşil tedarik zinciri uygulamaları hakkında bilgi sahibi olan on bir yönetici ile yüz yüze yapılan görüşmeler sonucu elde edilmiştir. Çalışmada, zorlukların analizi için çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan DEMATEL metodu kullanılmıştır. Çözüm önerilerinin değerlendirilmesi aşamasında ise EDAS metodu bulanık mantık ile bütünleştirilerek kullanılmıştır. En önemli zorluklar “teknolojik donanım ve yazılım altyapısı eksikliği”, “teknoloji kullanımı konusunda nitelik eksikliği” ve “başarısız olma endişesi” olarak ortaya çıkmıştır. Uygulama aşamasında kullanılacak çözümlerin başında ise “çalışanların eğitilmesi”, “hükümet desteğinin ve teşviklerin artırılması” ve “farklı işletmelerle iş birlikleri yapılması”nın geldiği çalışmamızın temel sonuçlarındandır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Tedarik Zinciri, Zorluklar, Çözümler, DEMATEL, Bulanık EDAS



BARRIERS AND SOLUTION PROPOSALS FOR GREEN SUPPLY CHAIN PRACTICES IN MANUFACTURING INDUSTRY

Alper ÖZAŞKIN

İstanbul Ticaret Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0002-4789-0317

Ali GÖRENER

İstanbul Ticaret Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-6000-5143

ABSTRACT

The Industrial Revolution that emerged in the 18th century caused a significant increase in the world population. Due to uncontrolled use of natural resources, resources began to be depleted rapidly, and the increase in wastes and various forms of emissions released into the atmosphere as a result of accelerated production activities to meet the needs of the increasing population has greatly damaged the environment. As the effects of environmental problems on the living conditions of human beings have become apparent, awareness of environmental problems has increased throughout the world. As a result of these developments, the “green supply chain” concept that has emerged to minimize environmental problems in the supply chain aims to take into account environmental impacts and resource use in the supply chain. Environmental problems such as decreasing raw material resources, filling up of waste areas and constantly increasing pollution levels have increased the importance of the green supply chain. During the adoption of green supply chain practices, enterprises face some barriers. In this study, it is aimed to analyze the barriers related to green supply chain practices in the manufacturing sector and the solution proposals for these barriers. The data of the research were obtained as a result of face-to-face interviews with eleven participants who are in the manufacturing sector and have knowledge about green supply chain practices. In this study, the DEMATEL method, which is one of the multi-criteria decision-making methods, was used to analyze the barriers that are effective in implementing green supply chain practices. In the evaluation phase of the solution proposals, the EDAS method was used by integrating it with fuzzy logic. The most important difficulties emerged as “the lack of technological hardware and software infrastructure”, “the lack of qualifications in the use of technology” and the “fear of failure”. According to the main results of our study, the solutions that can be used in the implementation phase are “training the employees”, “increasing government support and incentives” and “collaboration with different businesses”.

Keywords: Green Supply Chain, Barriers, Solutions, DEMATEL, Fuzzy EDAS



TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNDE İNOVASYON: GÖRSEL HARİTALAMA YOLUYLA BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

Oğuz Emre BALKAR

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5853-0926

ÖZET

Geçmişten günümüze giderek popülerliği artan tedarik zinciri yönetiminde inovasyona yönelik çeşitli teknik, içerik ve ölçeklerde birçok araştırma yapılmıştır. Ancak bu araştırmaları kapsam, boyut, yöntem ve odaklandığı tema gibi çeşitli parametreler açısından değerlendiren çalışmalar, literatürde sınırlı sayıda bulunmaktadır. İlgili eksiklikten yola çıkarak bu araştırmada, tedarik zinciri yönetimi alanında inovasyonun rolünün araştırılması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, araştırma evreni olarak Scopus veri tabanında yer alan çalışmalar seçilmiştir. Tedarik Zinciri Yönetimi ve İnovasyon anahtar kelimeleri ile bunların varyasyonlarını esas alan çeşitli girdiler kullanılarak, Scopus veri tabanında yapılan taramayla bu çalışmalara erişilmiştir. Erişilen çalışmalara ait veriler üzerinden VOSviewer programı yardımıyla çeşitli bibliyometrik analizler yapılması amaçlanmaktadır. Böylece ilgili çalışmalar üzerinden kapsamlı bir literatür değerlendirmesi yapılması düşünülmektedir. Ulaşılan bulguların genel olarak çalışmalarda odaklanılan konular, ilişkili disiplinler, sıklıkla kullanılan yöntemler, güncel trendler gibi boyutlarla değerlendirilmesi ve yorumlanması hedeflenmektedir. Ayrıca çalışmaların ne yönde ilerlediğine ilişkin elde edilen sonuçlar ve erişilen detaylı literatür bilgisi kullanılarak ilgili konunun geleceğine yönelik tahminlerde bulunulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tedarik Zinciri Yönetimi, İnovasyon, Bibliyometrik Analiz, Görsel Haritalama.



INNOVATION IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS VIA VISUAL MAPPING

Oğuz Emre BALKAR

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5853-0926

ABSTRACT

Many research have been carried out in various techniques, content and scales for innovation in supply chain management, which has become increasingly popular from the past to the present. there are a limited number of studies evaluating these studies in terms of various parameters such as scope, size, method, and focus. Based on the relevant shortcoming, this research aims to investigate the role of innovation in the field of supply chain management. In this direction, studies in Scopus database were chosen as the research universe. These studies were accessed by searching in Scopus database, using various inputs based on the Supply Chain Management and Innovation keywords and their variations. It is aimed to make various bibliometric analyzes with the help of VOSviewer program on the data of the accessed studies. Thus, it is thought to make a comprehensive literature review on related studies. It is aimed to evaluate and interpret the findings in general with dimensions such as the subjects focused on the studies, related disciplines, frequently used methods, and current trends. In addition, it is aimed to make predictions about the future of the subject by using the results obtained regarding the progress of the studies and the detailed literature information obtained.

Keywords: Supply Chain Management, Innovation, Bibliometric Analysis, Visual Mapping.



HAVA YOLU TAŞIMACILIĞI VE TÜKETİCİ FİYATLARI İLİŞKİSİ: BRICS ÜLKELERİ ÖRNEĞİ

Oğuz Emre BALKAR

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5853-0926

ÖZET

Brezilya, Rusya Federasyonu, Hindistan, Çin ve Güney Afrika ülkelerini içine alan BRICS ekonomik topluluğu, her zaman küresel ekonominin sağlıklı işleyişi ve ülkeler arası ilişkiler açısından kritik bir faktör olarak görülmektedir. Dünya ekonomisinin önemli bir payında etkili olan bu ülkeler; aynı zamanda taşımacılık alanında yaptıkları yenilikler, yüksek altyapı yatırımları, küresel ulaştırma iş birlikleri ile ön plana çıkmaktadırlar. Araştırmacıların ilgisini çeken bu ekonomik topluluğun taşımacılık potansiyelini esas alan birçok çalışma literatürde yer almaktadır. Ancak bu çalışmalarda ekonometrik yöntemlerle yapılan değerlendirmelerin sınırlı sayıda bulunduğu görülmektedir.

İlgili eksiklikten yola çıkarak bu çalışma, BRICS ülkeleri özelinde tüketici fiyatları ile hava yolu taşımacılığı arasındaki ampirik bağlantıları araştırmak amacıyla yapılmıştır. Dolayısıyla BRICS ülkeleri, çalışmanın örnekleme olarak seçilmiştir. Bu doğrultuda 1997 ile 2019 yılları arasındaki bir dönem için ilgili ülkelerin yıllık Gayrisafi Yurtiçi Hasılası, Tüketici Fiyat Endeksi Skoru, Reel Faiz Oranı ve Hava Yolu Taşımacılığı ile Taşınan Yolcu Sayısı verilerine erişilmiştir. İlgili veriler, panel veri analizi kullanılarak değerlendirilecektir.

Araştırma değişkenlerinin zaman serileri üzerinden tanımlayıcı istatistikler, korelasyon, heterojenlik, yatay kesit bağımlılığı, birim kök, regresyon ve eşbütünleşme testlerinin yapılması planlanmaktadır. Ardından erişilen bulguların literatürdeki benzer çalışmalarla karşılaştırılarak değerlendirilmesi hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Hava Yolu Taşımacılığı, Tüketici Fiyatları, Panel Veri Analizi, BRICS Ülkeleri.



THE RELATIONSHIP BETWEEN AIR TRANSPORTATION AND CONSUMER PRICES: EVIDENCE FROM BRICS COUNTRIES

Oğuz Emre BALKAR

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

ORC-ID: 0000-0001-5853-0926

ABSTRACT

BRICS economic community, which includes the countries of Brazil, Russian Federation, India, China, and South Africa, is always seen as a critical factor for the healthy functioning of the global economy and relations between countries. These countries, which are influential in a significant share of the world economy, also come to the fore with their innovations in the field of transportation, high infrastructure investments and global transportation cooperation. There are many studies in the literature based on the transportation potential of this economic community, which attracts the attention of researchers. However, it is seen that there are limited number of evaluations made with econometric methods in these studies. Based on the relevant shortcoming, this study was conducted to investigate the empirical links between consumer prices and air transportation in BRICS countries. Therefore, BRICS countries were chosen as the sample of the study. In this direction, the annual Gross Domestic Product, Consumer Price Index Score, Real Interest Rate and Number of Passengers Carried by Air Transportation data of the relevant countries were accessed for the period from 1997 and 2019. Related data will be evaluated using panel data analysis. It is planned to perform descriptive statistics, correlation, heterogeneity, cross-section dependency, unit root, regression and cointegration tests over time series of research variables. Then, it is aimed to evaluate the obtained findings by comparing them with similar studies in the literature.

Keywords: Air Transportation, Consumer Prices, Panel Data Analysis, BRICS Countries.



SÜRDÜRÜLEBİLİR KENTSEL ULAŞIM ÇÖZÜMLERİ: MUĞLA İLİNDE BİR UYGULAMA

Nedret ERBOY

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-3009-068X

Nihal TATAROĞLU

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-8451-6252

ÖZET

Kentler birer ekosistemlerdir. Ancak taşıma kapasitesinin çok üzerinde bir nüfusu ve bu nüfusun ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yapılı çevreyi içeren kent ekosistemlerinin dengesi bozulmuştur. Kentler günümüzde yaşanan ekolojik krizin hem faili hem de mağduru durumundadır. Kentsel krizin ortaya çıkmasına neden olan karbon salınımlarının önemli bir kısmı ulaşım faaliyetlerinden kaynaklanmaktadır. Mevcut ulaşım politikaları hem ekolojik sistem üzerinde geri dönüşü olmayan bir tahribat yaratmakta, hem de kentlilerin yaşam kalitesini azaltmaktadır. Hareketlilik ihtiyacını toplum ve çevreyi koruyarak karşılayan sürdürülebilir ulaşım, sürdürülebilir kentsel gelişmenin sağlanması için önemlidir. Bir kentin, kentsel lojistik faaliyetleri sosyal, çevresel ve ekonomik faktörlere bağlıdır. Kent lojistiği kapsamında paydaşlar arasında entegrasyon ve koordinasyonunun göz önünde bulundurularak yerel yönetim politikalarının oluşturulması kentin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarıyla sürdürülebilir kalkınmasının sağlanması açısından önem arz etmektedir. Bu çerçevede kentsel lojistiğin en önemli paydaşları olan kent halkının yaşam kalitesini artırmak için ulaşım konusunda yaşadığı sorunların belirlenmesi ve bu sorunlara çözüm önerilerinin getirilmesi kentsel ulaşım planlarının odak noktasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı; Muğla Büyükşehir Belediyesi Menteşe İlçesi'nde yaşayan halkın ulaşımına dair sorunlarının belirlenmesi, sorunlara ilişkin çözüm önerilerinin geliştirilmesi ve bu çözüm önerilerinin önem derecelerinin belirlenmesidir. Bu kapsamda öncelikli olarak kent halkına anket uygulanarak sorunlar tespit edilmiştir. Daha sonra bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri geliştirilmiş, geliştirilen çözüm önerilerinin önem dereceleri Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) yöntemi ile belirlenmiştir. Muğla Büyükşehir Belediyesi'nde ulaşım alanında çalışan uzmanlara ikili karşılaştırmalar anketi uygulanarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler Super Decision 2.10 programı ile analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: sürdürülebilir kentleşme, sürdürülebilir ulaşım, kent içi ulaşım, kentsel lojistik, Muğla.



SUSTAINABLE URBAN TRANSPORTATION SOLUTIONS: AN IMPLEMENTATION IN MUĞLA

Nedret ERBOY

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-3009-068X

Nihal TATAROĞLU

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
ORC-ID: 0000-0002-8451-6252

ABSTRACT

Cities are ecosystems. However, the balance of the ecosystems of the cities, which includes a population far above the carrying capacity and the built environment to meet the needs of this population, has been disturbed. Cities are both perpetrators and victims of the current ecological crisis. A significant part of the carbon emissions that cause the urban crisis arise from transportation activities. Existing transportation policies both create an irreversible damage to the ecological system and reduce the quality of life of the citizens. Sustainable transportation, which meets the need for mobility by protecting society and the environment, is important for ensuring sustainable urban development. The urban logistics activities of a city in the framework of sustainability depend on social, environmental and economic factors. The establishment of local government policies, taking into account integration and coordination between stakeholders within the scope of urban logistics, is important to ensure the economic, social and environmental sustainable development of the city. In this context, identifying the problems experienced by the people of the city, who are the most important stakeholders of urban logistics, in terms of transportation in order to increase their quality of life and bringing solutions to these problems constitute the focal point of urban transportation plans. In this context, the aim of this study is to determine the transportation problems of the people living in the Mentese District of Muğla Metropolitan Municipality, to develop solutions for the problems and to determine the importance of these solution proposals. In this context, the problems have been identified by applying a survey to the people of the city. Then, solution proposals for these problems were developed, and the importance levels of the developed solution proposals were determined by the Analytical Hierarchy Process (AHP) method. Data has been collected by applying a pairwise comparison questionnaire to experts working in the field of transportation in Muğla Metropolitan Municipality. The obtained data has been analyzed with the Super Decision 2.10 program.

Keywords: sustainable urbanization, sustainable transportation, urban transportation, urban logistics, Muğla