



**INTERNATIONAL CONGRESS OF MANAGEMENT
ECONOMY AND POLICY
ABSTRACT BOOK**

September 8-9, 2022 / Istanbul-Türkiye

**ULUSLARARASI YÖNETİM, EKONOMİ VE
POLİTİKA KONGRESİ
ÖZET BİLDİRİLER KİTABI
8-9 Ekim 2022 / İstanbul**



INTERNATIONAL CONGRESS OF MANAGEMENT ECONOMY AND POLICY

ABSTRACT BOOK

November 26-27, 2016 / Istanbul-Türkiye

Editors:

Seyfettin ERDOĞAN

Ayfer GEDİKLİ

Durmuş Çağrı YILDIRIM

Assistant Editors:

Tuğba TURAN

Tuğba KANTARCI

Printed by Umuttepe Yayınları, Kocaeli, Turkey

Publishing Year: September, 2022

Language: Turkish and English

ULUSLARARASI YÖNETİM, EKONOMİ VE POLİTİKA KONGRESİ

ÖZET BİLDİRİLER KİTABI

8-9 Ekim 2022 / İstanbul

Editörler:

Seyfettin ERDOĞAN

Ayfer GEDİKLİ

Durmuş Çağrı YILDIRIM

Editör Yardımcıları

Tuğba TURAN

Tuğba KANTARCI

Basım: Umuttepe Yayınları, Kocaeli, Türkiye.

Yayın Yılı: EKİM 2022

Dili: Türkçe ve İngilizce

Makalelerin her türlü sorumluluğu yazarlarına aittir.

icomep.com

infoicomep@gmail.com

ISBN: 978-605-5100-85-8

BİLİM KURULU

ADI-SOYADI	GÖREVLİ OLDUĞU KURUM	ADI-SOYADI	GÖREVLİ OLDUĞU KURUM
Prof. Dr. Seyfettin Erdoğan	İstanbul Medeniyet Üniversitesi	Prof. Dr. Ahmet İncekara	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Halis Yunus Ersöz	İstanbul Üniversitesi (Rektör Yrd)	Prof. Dr. Abdülmecit Türit	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman Özdemir	Bandırma Üniversitesi (Rektör)	Prof. Dr. David Weir	Northumbria University / Cambridge Scholars
Prof. Dr. Selahattin Dibooglu	University of Missouri–St. Louis	Prof. Dr. Hüseyin ALTAY	Mustafa Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim Subaşı	İstanbul Medeniyet Üniversitesi	Doç. Dr. Zafer Kanberoğlu	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut Bilen	Sakarya Üniversitesi	Prof. Dr. Özlem Durgun	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mikail Erol	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi	Prof. Dr. Rengin Ak	Kırklareli Üniversitesi
Prof. Dr. Yakup Bulut	Hatay Üniversitesi	Prof. Dr. İdris Demir	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Paksoy	Kilis Üniversitesi	Prof. Dr. Emrah İsmail Çevik	Namık Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. M. Hüseyin Bilgin	İstanbul Medeniyet Üniversitesi	Prof. Dr. Elif Hobikoğlu	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza Ateş	İstanbul Medeniyet Üniversitesi	Prof. Dr. Ayfer Gedikli	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Anne Winkler	University of Missouri–St. Louis	Prof. Dr. Bahar B. Doğan	Dicle Üniversitesi
Prof. Dr. David Rose	University of Missouri–St. Louis	Prof. Dr. Kenan Aydın	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Doğan Uysal	Celal Bayar Üniversitesi	Prof. Dr. Murat Yülek	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Tabakoğlu	Marmara Üniversitesi	Prof. Dr. Muhsin Kar	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Nohutçu	İstanbul Medeniyet Üniversitesi	Prof. Dr. Muhittin Kaplan	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Adem Korkmaz (Rektör)	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Prof. Dr. Melike Bildirici	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Zekai Özdemir	İstanbul Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet Yüce	Uludağ Üniversitesi (Dekan)
Prof. Dr. Tuncay Yılmaz	Sakarya Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet Duman	Artvin Çoruh Üniversitesi (Rektör)
Prof. Dr. Tuncay Güloğlu	Yalova Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet Bulut	Sabahattin Zaim Üniversitesi (Rektör)
Prof. Dr. Targan Ünal	Okan Üniversitesi	Prof. Dr. Mehmet Barca	Sosyal Bilimler Üniversitesi (Rektör)
Prof. Dr. Şaban Kayhan	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	Prof. Dr. Kerem Alkin	Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Dr. Soner Çelikkol	Kocaeli Üniversitesi	Prof. Dr. Kenan Dağcı	Yalova Üniversitesi
Prof. Dr. Sami Karacan	Kocaeli Üniversitesi	Prof. Dr. Kahraman Çatı	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Salih Öztürk	Namık Kemal Üniversitesi	Prof. Dr. İlyas Doğan	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Rasim Yılmaz	Namık Kemal Üniversitesi	Prof. Dr. İbrahim Güran Yumuşak	Sabahattin Zaim Üniversitesi (Dekan)
Prof. Dr. Ramazan Sarı	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Prof. Dr. Hatice Neşe Erim	Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Altuğ	Marmara Üniversitesi	Prof. Dr. Hasan Vergil	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Nuray Altuğ	Marmara Üniversitesi	Prof. Dr. Haluk Alkan	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Nilgün Çil Yavuz	İstanbul Üniversitesi	Prof. Dr. Habip Yıldız	Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa Aykaç	Kırklareli Üniversitesi (Rektör)	Dr. Aslıhan Nakiboğlu	Niğde Üniversitesi
Prof. Dr. Gülden Ülgen	İstanbul Üniversitesi		
Prof. Dr. Feridun Yılmaz	Uludağ Üniversitesi	Doç.Dr. Ömer Esen	Namık Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Faik Budak	Kocaeli Üniversitesi	Doç. Dr. Hatice Karahan	Medipol Üniversitesi
Prof. Dr. Erişah Arıcan	Marmara Üniversitesi	Doç. Dr. Hakan Kahyaoğlu	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Erdal Tanas Karagöl	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	Doç. Dr. Burcu Özcan	Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Erdal Demirhan	Osmangazi Üniversitesi	Doç. Dr. Ahmet Faruk Aysan	Boğaziçi Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmoud Sabra	Al Azhar University, Filistin	Doç. Dr. Yücel Ayrıçay	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. İlhan Eroğlu	Gaziosmanpaşa Üniversitesi	Doç. Dr. Özlen Hiç	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ensar Nişancı	Namık Kemal Üniversitesi	Doç. Dr. Aysen Hiç Gencer	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Emin Ertürk	Uludağ Üniversitesi	Doç. Dr. Yunus Yoldaş	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Elif Çepni	Bahçeşehir Üniversitesi	Doç. Dr. Cüneyt Kılıç	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Coşkun Can Aktan	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doç. Dr. Levent Çinko	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Cevat Gerni	Doğuş Üniversitesi	Doç. Dr. Başak Tanınmış Yücememiş	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Jean-Pierre Allegret	Paris Ouest Nanterre, Fransa	Doç. Dr. Ferda Yerdelen Tatoğlu	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Bülent Güloğlu	İstanbul Teknik Üniversitesi	Doç. Dr. Selami Özcan	Yalova Üniversitesi
Prof. Dr. Bülent Aybar	Southern New Hampshire University-USA	Doç. Dr. Abdolvahap Baydaş	Bingöl Üniversitesi
Prof. Dr. Bogna K. Jozwiak	University of Lodz-Poland	Doç. Dr. Sema Yılmaz Genç	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe Buğra	Boğaziçi Üniversitesi	Dr. Ahu Ergen	Bahçeşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Olexandr Pidchosa	Taras Shevchenko University, Ukrayna	Dr. Mehmet Naci Efe	Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Sudi Apak	Esenyurt Üniversitesi	Dr. Berna Ak Bingöl	Kırklareli Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Kutan	Southern Illinois University	Dr. Kaushik Chattopadhyay	Prof. S.N.H. College, University of Kalyani
Prof. Dr. Aysun Fıçıcı	Southern New Hampshire University-USA	Dr. Yıldız Aksoy	İstanbul Medeniyet Üniversitesi Sanat Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
Prof. Dr. Ali Kemal Gürbüz	Balıkesir Üniversitesi	Dr. Murat Tümay	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Konstantin Tsvetkov	University of Agribusiness and Rural Development	Dr. İsmail Cem Ay	Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Nazif M. Shahrani	Indiana University	Dr. Veli Sırım	Namık Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Aysıt Tansel	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Dr. Niyazi Gümüş	Kastamonu Üniversitesi
Prof.Dr. Max Gillman	University of Missouri–St. Louis	Dr. Korhan Arun	Namık Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Çelikyay	Osman Gazi Üniversitesi	Dr. Cengiz Ceylan	Kırklareli Üniversitesi
Dr. Ayşegül Durukan	Nişantaşı Üniversitesi	Dr. Abdilahi Ali	Aberystwyth University / İngiltere
Abdurrahman Dilipak	Araştırmacı – Yazar	Dr. Malik Babar Hussain	University of Sargodha / Pakistan
Kemal Öztürk	Araştırmacı-Yazar	Dr. Zeeshan Atiq	University of Karachi / Pakistan

Dr. Yener Coşkun	Semaye Piyasası Kurumu Başuzman		
Dr. Daniel Kapp	European Central Bank		
Dr. Zişan Kılıçkan	Kocaeli Üniversitesi		

The Effects of Symmetry in Marketing and Neuroscience

Prof. Dr. Seda Yıldırım

Namık Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
sedayildirim@nku.edu.tr

Doç. Dr. Seda H. Bostancı

Namık Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi
Bölümü
shbostanci@nku.edu.tr

Prof. Dr. Seyfettin Erdoğan

İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat
seyfettin.erdogan@medeniyet.edu.tr

The Effects of Symmetry in Marketing and Neuroscience

ABSTRACT: Symmetry refers to a harmony based on similarities between different surfaces and dimensions of an aesthetically appropriate form. Although aesthetics is expressed as the science of beauty, today it is accepted that incompatible and even disturbing but impressive works of art are also accepted as aesthetic by the art authorities. From this point of view, the ideal aesthetic can define an effective artistic product with high communication power beyond providing shape-ground relations, form perfection and symmetry. In the matter of aesthetic value there must be an object and an observer communicating with object. Perception of the observer and making an aesthetic judgment make a kind of aesthetic value debatable. Symmetry and asymmetry are therefore aesthetically acceptable features today. Symmetry can generally be expressed as a perceptual fulcrum as a result of human communication with space. When this situation is interpreted in Gestalt terms, a relation of order and symmetry is sought in the relation between figure and ground in visual and perceptual organization. Thus, it can be stated that people in the world seek visual symmetry in terms of neuroscience. Neuroscience has also become an important concept in terms of marketing. The goal of marketing includes the most desirable product for the customer to be purchased more by highlighting it in competitive markets. When the subject is considered from this point of view, it also increases the likelihood of a product being attractive visually. Thus, symmetry and neuroscience can be expressed as guiding tools in terms of visualization in marketing. The field of marketing has been highly influenced by neuroscience and the concept of neuromarketing has become a concept in this field. The aim of this study is to discuss the relationships between these three concepts. In this discussion, a literature search will be conducted, including critical approaches.

Key Words: Marketing, neuroscience, neuromarketing, symmetry, aesthetics

Analysis of Ferroresonance Phenomena in Electric Power Network with a Symmetrical Approach

Prof. Dr. Tahir Cetin Akinci

İstanbul Teknik Üniversitesi, Elektrik Elektronik Fakültesi, Elektrik Muhendisligi

Prof. Dr. Alfredo Martinez-Morales

University of California, WCGEC, Elektrik Muhendisligi

Prof. Dr. Omer Akgun

Marmara Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Bilgisayar Muhendisligi

Prof. Dr. Veselina Nedeva

Trakia University, Teknoloji Fakültesi, Elektrik Muhendisligi

Prof. Dr. Amir Tokic

University of Tuzla, Teknoloji Fakültesi, Elektrik Muhendisligi

ABSTRACT: Ferroresonance over voltage event in electrical power systems is an undesirable event that causes great damage to electrical power lines and equipment. Electrical power distribution and transmission authorities want to protect the power network by shortening the line lengths and increasing the number of substations on the system in order to prevent this undesirable destructive event in the energy transmission and distribution lines. There are also different ways to protect the ferroresonance phenomena. The result of ferroresonance, on the other hand, creates destructive effects for the electrical network since it has over voltage/current values. This study is not focused on protecting the ferroresonance phenomena in power transmission lines. Ferroresonance data formed in this study were examined and evaluated characteristically. In this study, firstly, a real power system is modelled and possible ferroresonance phenomena are simulated. While the simulation scenarios here are being made, the risk analysis of the real electric power system is also made. In the analysis, voltage data in the electric power network were examined and the conditions before and after ferroresonance phenomena were analyzed. Here, the results of the analysis are interpreted from a symmetrical point of view. The Fourier spectrum-based analyses we used clearly revealed pre-ferroresonance, ferroresonance event, and after. When analyzed in terms of symmetry, it has been observed that the results are compatible with before ferroresonance phenomena and after ferroresonance in different scenarios. When the spectrum analysis graphs are examined, the frequency changes of the ferroresonance regime are clearly distinguished. In addition, the data collected from the scenarios created on the model were analyzed and compared with the Wigner-Ville method, Welch method, frequency-power analysis and spectral methods, which are among the higher order spectral analysis methods. In the study performed, both the simulation and cumulative analysis results showed symmetrical results compatible with the ferroresonance character.

Key Words: Ferroresonance, Electric Power system, symmetry, Wigner-Ville, Spectrum.

G7 ÜLKELERİNDE KAMU HARCAMALARI İLE VERGİ GELİRLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: SİMETRİK VE ASİMETRİK NEDENSELLİK TESTLERİNDEN KANITLAR

Doç. Dr. Gamze Yıldız ŞEREN

Namık Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye

Doç. Dr. Osman GEYİK

Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KÖSTEKÇİ

Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye

ÖZET: Bu çalışmada, kamu harcamaları ile vergi gelirleri arasındaki simetrik ve asimetrik nedensellik ilişkilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Kamu harcamaları ile vergi gelirleri arasındaki nedensellik ilişkilerinin tespit edilmesi için 1990-2021 dönemine ilişkin yıllık veriler baz alınarak G7 ülkelerinden oluşan bir veri seti kullanılmıştır. Bu kapsamda Granger ve Yoon (2002) saklı eşbütünleşme testi, Hacker ve Hatemi-J (2012) bootstrap simetrik nedensellik testi ve Hatemi-J (2012) bootstrap asimetrik nedensellik testinden yararlanılmıştır. Analizlerden elde edilen bulgulara göre, kamu harcamaları ile vergi gelirleri arasında simetrik bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Ancak Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik ilişkisi bulgularında, değişkenlere ait pozitif ve negatif şoklar arasında asimetrik nedensellik ilişkisi gözlemlenmiştir. Kamu harcamaları ve vergi gelirleri arasında örtük ilişkilerin olduğunu gösteren bu sonuç, G7 ülkelerinde makroekonomik hedeflere ulaşma noktasında harcama ve vergi değişkenlerinin önemli birer mali araç olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Harcamaları, Vergi Gelirleri, G7 Ülkeleri, Simetrik ve Asimetrik Nedensellik

THE RELATIONSHIP BETWEEN PUBLIC EXPENDITURES AND TAX REVENUES IN G7 COUNTRIES: EVIDENCE FROM SYMMETRIC AND ASYMMETRIC CAUSALITY TESTS

ABSTRACT : The purpose of this research is to determine the symmetric and asymmetric causality relationships between public expenditures and tax revenues. A data set of G7 countries based on annual data from 1990 to 2021 was used to determine the causal relationships between public expenditures and tax revenues. Granger and Yoon (2002) hidden cointegration test, Hacker and Hatemi-J (2012) bootstrap symmetric causality test, and Hatemi-J (2012) bootstrap asymmetric causality test were all used in this context. According to the analysis' findings, there is no symmetrical causality relationship between public expenditures and tax revenues. However, an asymmetric causality relationship was observed between positive and negative shocks belonging to the variables in the findings of Hatemi-J (2012). This finding, which indicates that there are implicit relationships between public expenditures and tax revenues, indicates that expenditure and tax variables are important financial instruments in achieving G7 macroeconomic targets.

Keywords: Public Expenditure, Tax Revenue, G7 Countries, Symmetric and Asymmetric Causality

KOBİ'LERDE ETKİN BİR NAKİT YÖNETİMİ İÇİN ÜRÜN BAZLI MALİYETLERE ENDEKSİ NAKİT BÜTÇESİNİN OLUŞTURULMASI

Öğr. Gör. Dr. Engin MERİC
Trakya Üniversitesi, Rektörlük, İşletme

ÖZET: Ülkemizde finansman kaynaklarına ulaşmanın güçlüğü, finans kuruluşlarının proje yerine teminata dayalı krediler vermesi gibi zorlukların yanında, finansman maliyetlerinin son derece yüksek oluşu, tüm işletmeler için üretim maliyetlerini artırıcı olumsuzluklardır. KOBİ'lerin ise, finansman kaynaklarına ulaşımı teminat verme yetersizliğinden dolayı çok daha zordur, bu açıdan nakit yönetimine çok daha fazla ihtiyaçları olduğu bir gerçektir. Bu açıdan finansmana erişimleri daha kolay olan, teminat verebilen kurumsal işletmelere kıyasla KOBİ'lerin nakit yönetimi üzerinde önemle durmaları gerekmektedir. İyi bir nakit yönetimini ise ancak iyi bir nakit bütçesi ile gerçekleştirmek mümkündür. Çalışmanın amacı mikro ve küçük ölçekli KOBİ'ler için nakit yönetiminin önemini ortaya koymak ve etkin bir nakit bütçesi yönteminin oluşturulmasına yönelik katkıda bulunmaktır. Bu amaçla mikro ve küçük ölçekli KOBİ'lerin nakit yönetimine katkı sağlayacağı düşünülen nakit bütçesi üzerinde ampirik bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada dönem başı nakit mevcudu, nakit girişleri hesaplamalarına yer verilirken nakit bütçesinin önemli bir bölümünü oluşturan nakit çıkışları hesaplaması ise Sürece Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (SDFTM) yöntemine göre hesaplanmış ürün bazlı maliyet hesaplama tabloları üzerinden; Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri, Direkt İşçilik Giderleri, Genel Üretim Giderleri ve Faaliyet Giderleri başlıkları altındaki harcamaların anlaşılmalı ödeme vadeleri göz önünde tutularak yapılmıştır. Ayrıca bütçe dönemi içinde değişen sipariş ve üretim adetlerine göre nakit bütçesinin hızla revizyonuna imkan sağlayacak uygulama üzerinde durulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre yapılan çalışmanın KOBİ'lerde nakit yönetimine katkısı olacağı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Maliyet, Nakit Yönetimi, Nakit Bütçesi

CREATING A PRODUCT-BASED COST-INDEXED CASH BUDGET FOR AN EFFECTIVE CASH MANAGEMENT IN SMEs

ABSTRACT: In our country, in addition to difficulties such as the difficulty of accessing financial resources, the financial institutions' giving collateral-based loans instead of projects, the extremely high financing costs are the negativities that increase the production costs for all businesses. SMEs, on the other hand, are much more difficult to access financing resources due to their inability to provide collateral, it is a fact that they need cash management much more. In this respect, SMEs should emphasize cash management compared to corporate enterprises that have easier access to finance and can provide collateral. A good cash management is only possible with a good cash budget. The aim of the study is to reveal the importance of cash management for micro and small scale SMEs and to contribute to the creation of an effective cash budget method. For this purpose, an empirical study was conducted on the cash budget, which is thought to contribute to the cash management of micro and small-scale SMEs. In the study, while calculations of cash availability and cash inflows at the beginning of the period are included, the calculation of cash outflows, which constitute an important part of the cash budget, is based on the long-based cost calculation tables calculated according to the Time Driven Activity Based Costing (TDABC) method; expenditures under the headings of Direct Raw Material and Supplies, Direct Labor Expenses, General Production Expenses and Operating Expenses are made by considering the agreed payment terms. In addition, the application that will allow the rapid revision of the cash budget according to the changing order and production numbers during the budget period has been emphasized. According to the results obtained, it has been seen that the study will contribute to cash management in SMEs.

Key Words: SME, Cost, Cash Management, Cash Budget

KURUMSAL KALİTE EKOLOJİK AYAK İZİ İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ. AB ÜLKELERİNDEN KANITLAR

Doktora Öğrencisi Muhammet Bahri Kırıkçı
Gaziantep Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İktisat

ÖZET: Çevre nesiller boyu kullanılan ve nesiller arasında aktarılan kıt bir kamu kaynağı olduğundan korunması ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılması önem arz etmektedir. Çevre tahribatının önlenmesi, çevrenin kullanılmasında verimliliğinin artırılması birçok bilimsel faaliyet alanını kapsamına girdiği gibi ekonominin de ilgi alanına girmektedir. Çevrenin sürdürülebilir, etkin bir şekilde kullanılması için çeşitli ekonomi politikaları önerilmektedir. Çevre ve ekonomi arasındaki ilişki iktisat okulları açısından farklı perspektiften ele alınmaktadır. Bu çalışmada kurumcu iktisat perspektifinden çevre ve ekonomi arasındaki ilişki değerlendirilmektedir. Çalışmada çevre göstergesi olarak ekolojik ayak izi serisinden faydalanılmaktadır. Çalışmanın ana motivasyonu çevre ve ekonomik büyüme ilişkisine kurumcu bir yaklaşım biçimi geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda çalışmada Avrupa Ülkeleri üzerine ampirik bir inceleme yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Çevre, Ekolojik Ayak İzi Kurumsal Kalite, Panel Analiz, Avrupa Birliği

Investigation of the Relationship of Institutional Quality Ecological Footprint. Evidence From EU Countries

ABSTRACT: Since the environment is a common resource for generations and is a limited source of public use among generations, it is important to protect and use it sustainably. The prevention of environmental damage and, increasing efficiency in the use of the environment, is a part of many scientific activities, as well as an interest in the economy. Various economic policies are recommended for sustainable, effective use of the environment. The relationship between the environment and the economy is discussed from a different perspective in terms of economic doctrine. This study evaluates the relationship between the environment and the economy from the institutional economic perspective. The study uses the ecological footprint series as an environmental indicator. The main motivation of the study is to develop an institutional approach to the relationship between environmental and economic growth. In this respect, an empirical examination of European countries will be conducted.

Key Words: Environment, Institutional Quality, Panel Data Analysis, European Union

DÜŞÜK VE ORTA GELİRLİ ÜLKELERDE EĞİTİM VE TÜTÜN KULLANIMI

Doktora Öğrencisi M. Utku Özmen

TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat

ÖZET: Sigara tüketimi farklı sosyoekonomik faktörlerden etkilenmektedir. Ayrıca sigara tüketim oranları toplumun farklı kesimlerinde farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma da birtakım eşitsizliklere yol açmaktadır. Bu anlamda önemli bir ayırım eğitim seviyesidir. Genellikle sigara tüketimi düşük eğitim gruplarında daha yüksek bir oranda gözlenmektedir. Ancak bu konu ile ilgili yapılan çalışmalar büyük ölçüde korelasyon düzeyindedir ve nedensellik anlamında bir bilgi içermemektedir. Özellikle eğitim ve tütün kullanımı hakkında politika önerilerinde bulunabilmek için ikisi arasındaki nedensellik ilişkisini ortaya koyan çalışmalar ihtiyaç duyulmaktadır. Bu alanda yer alan çalışmalar nedenselliği ölçebilmek için farklı ayrıştırma stratejilerinden faydalanmaktadır. Ancak bu çalışmalar çoğunlukla gelişmiş ülkeler için yapılmıştır. Bu çalışmada, yazındaki bu boşluğu doldurmak üzere düşük ve orta gelirli ülkeler ele alınmıştır. UNICEF tarafından desteklenen MICS anketleri ve Dünya Bankası'ndan zorunlu eğitime ilişkin veriler kullanılarak, 12 ülke için analizler yapılmıştır. 15-49 yaş grubundaki kişilerden daha yüksek zorunlu eğitime tabi olanlar ile daha düşük zorunlu eğitime tabi olanların karşılaştırılmasına dayanan bir ayrıştırma stratejisi ile daha fazla eğitim almanın sigara tüketimini azaltıp azaltmadığı incelenmiştir. Bulgular, daha fazla eğitim almanın sigara tüketimini azalttığına işaret etmiştir. Dolayısıyla sonuçlar düşük ve orta gelirli ülkelerde eğitim ile sigara tüketimi arasındaki nedensel ilişkiyi ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: eğitim, sigara tüketimi, düşük ve orta gelirli ülkeler, nedensellik analizi

Education on Tobacco Use in Low-and-Middle-Income Countries

ABSTRACT: Smoking is associated with several socioeconomic factors, and its prevalence is unequally distributed across certain groups leading to inequalities in the consumption of tobacco products. One major dimension is education inequality, where higher smoking prevalence is generally observed in lower-educated groups. However, the studies investigating the educational inequality are associative in nature as they typically compare the prevalence of smoking among individuals with different levels of education. Despite being useful in a descriptive sense, these studies do not establish a causal link between education and smoking. It is essential to establish a causal link between education and smoking to be able to propose policy recommendations. Moreover, the causal studies on the effect of education on tobacco consumption mainly rely on different strategies to identify the causal impact and the majority of the studies offer evidence from developed economies. In this study, we aim to fill the gap in the literature by estimating the causal impact of education on smoking for a set of LMICs. Using data from the Multi Indicator Cluster Surveys (MICS) -household level surveys conducted in LMICs- sponsored by the UNICEF, and from the World Bank on the years of compulsory schooling, we identify 12 LMICs that have increased the years of compulsory schooling in the last two decades and have household surveys available. Comparing 15–49-year-old individuals subject to higher years of compulsory schooling with those subject to lower compulsory schooling, the results show that higher education causally lowers smoking consumption in the intensive and extensive margins. This paper provides causal evidence from LMICs, where the effect has not been studied to a large extent.

Key Words: education, tobacco consumption, low- and middle-income countries, causality

SORUMLU ÜRETİM MESAJI İÇEREN BİR ÜRÜN/HİZMET REKLAMININ KURUMSAL İMAJ VE TÜKETİCİ SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Serap Sarp

Abdullah Gül Üniversitesi, Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme

ÖZET: Sürdürülebilir bir gelecek için, ürün ve hizmetlerin çevresel ve sosyal etkilerinin daha iyi anlaşılması gerekmektedir. Bu nedenle, sorumlu üretim stratejileri, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine ulaşmak için birçok işletmenin ilgisini çekmektedir. Sorumlu üretim, çevresel bozulmayı en aza indirip, kaynak verimliliğini artırıp ve sürdürülebilir yaşam tarzlarını teşvik ederek, daha az kaynak kullanımı ile daha fazla üretim anlamına gelmektedir. Üretim süreçlerinde sorumlu üretim ve tüketim (SKH Hedef 12) gerçekleştiren işletmeler, iş performanslarını artırmayı ummaktadır. Ayrıca sorumlu üretim mesajları içeren reklamlarla da tüketicilerin işletme hakkındaki algılarını ve kararlarını değiştirmeyi beklemektedirler. Kapsamlı bir şekilde araştırılmış güncel literatüre dayanan bu kavramsal çalışma, sorumlu bir üretim mesajı içeren bir ürün/hizmet reklamının kurumsal imaj ve tüketici satın alma niyeti üzerindeki etkilerini araştırmaktadır. Önerilen model, sorumlu üretim mesajları, kurumsal imaj ve tüketicilerin satın alma niyeti arasındaki ilişkileri göstermeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma, sorumlu üretim mesajlarına sahip reklamların kurumsal imajı ve tüketicilerin satın alma niyetini nasıl etkilediğini gösteren yeni bir model önererek var olan literatüre katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sorumlu Üretim, Kurumsal İmaj, Müşteri Satın Alma Niyeti, SKH Hedefleri

The effects of a product/service advertisement with a responsible production message on corporate image and consumer purchase intention

ABSTRACT: For a sustainable future, It is necessary to have a better understanding of the environmental and social impacts of products and services is needed. Therefore, responsible production strategies get the growing attention of many enterprises to achieve UN Sustainability Goals. Responsible production means producing more while using fewer resources by minimizing environmental degradation, improving resource efficiency and promoting sustainable lifestyles. Enterprises that achieve responsible production and consumption (SDG Goal 12) in their production process expect to increase their business performance. Also, they want to change consumers' perceptions and decisions with advertisements with responsible production messages. Based on extensively researched current literature, this conceptual study explores the effects of a product/service advertisement with a responsible production message on corporate image and consumer purchase intention. This model explicitly demonstrates the relationships between corporate image, responsible production messages and consumers' purchase intention. This study would expand the knowledge by proposing a new model that shows how advertisements with responsible production messages affect corporate image and consumers' purchase intention.

Key Words: Responsible Production, Corporate image, Customer Purchase Intention, SDG Goals

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNİN SİVİL HAVACILIKLA İLİŞKİSİNİN YÖNETİŞİM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Didem RODOPLU ŞAHİN

Kocaeli Üniversitesi, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi.

Arş. Gör. Billur ÜNSAL

Kocaeli Üniversitesi, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi

ÖZET: Günümüzde artan talep ile birlikte sıklıkla tercih edilen bir taşımacılık modu olan havacılık, yoğun operasyonlara sahiptir. Hava taşımacılığı operasyonlarından doğan ve küresel anlamda tüm paydaşların odağında olmayı sürdüren, iklim değişikliği yaratan olumsuz etkiler sektörün gündeminde yer almaktadır. 1990'lı yıllarda popüler hale gelen yönetim, küresel ticaretin ve ilişkilerin gelişmesi ile devletin çok yönlü ve sağlıklı bir denge sağlayabilmesinde önemli bir kavram haline gelmiştir. Başkaları ile birlikte yüksek etkileşim ve uyumlu bir iletişim kurarak iş görmek anlamına gelen yönetim kavramının çeşitli aktörleri, yüksek koordinasyon sağlayarak belirli bir konu üzerinde işbirliği içerisinde çalışmaktadır. Ülkelere prestij kazandırmakta olan havacılık sektöründe de DHMİ-Devlet Hava Meydanları İşletmesi, SHGM- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, MGM-Meteoroloji Genel Müdürlüğü, UA Bakanlığı- T.C Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı vb. mevcut birçok aktör söz konusudur. Bu çalışmada yönetim kavramı ve iyi demokratik yönetişimin 12 ilkesi tanımlanmış, bu yönetim ilkelerinin sivil havacılık sektörü ve iklim bağlamında ne ifade ettiği değerlendirilmiş ve ilkeler temel alınarak iklim değişikliği konusunda sivil havacılık otorite ve aktörlerinin uygulamaları açıklanmıştır. Havacılık sektöründen üst düzey yöneticiler ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucu durum değerlendirilmesi yapılmıştır. Söz konusu 12 ilke; katılımcılık, cevaplanabilirlik, verimlilik ve etkinlik, açıklık ve şeffaflık, hukukun üstünlüğü, etik davranış, yetkinlik ve kapasite, yenilik ve değişime açıklık, sürdürülebilirlik ve uzun vadeli yönelim, sağlam finansal yönetim, insan hakları, kültürel çeşitlilik ve sosyal uyum ve hesap verebilirliktir.

Anahtar Kelimeler: Yönetişim, Yönetişim Aktörleri, Havacılık, İklim Değişikliği

EVALUATION OF CLIMATE CHANGE AND CIVIL AVIATION IN TERMS OF GOVERNANCE

ABSTRACT: Aviation, which is a frequently preferred mode of transportation, especially with the increasing demand today, has intense operations. The negative effects of climate change arising from air transportation operations and which continue to be the focus of all global stakeholders are on the agenda of the sector. Governance, which became popular in the 1990s, has become an important concept in the development of global trade and relations and the ability of the state to provide a versatile and sound balance. Various actors of the concept of governance, which means working with others by establishing high interaction and harmonious communication, work in cooperation on a specific issue by providing high coordination. In the aviation sector, which brings prestige to the countries, there are many actors such as –General Directorate Of State Airports Authority, Directorate General of Civil Aviation, Turkish State Meteorological Service and Republic of Turkey Ministry of Transport and Infrastructure. In this study, the concept of governance and 12 principles in good democratic governance are defined. The principles of good democratic governance, in the context of the civil aviation sector and climate were evaluated and the practices of civil aviation authorities and actors on climate change are explained based on the principles. The situation was evaluated as a result of the meetings held with senior executives in the aviation industry. These 12 principles are participation, responsiveness, efficiency and effectiveness, openness and transparency, rule of law, ethical conduct, competence and capacity, innovation and openness to change, sustainability and long-term orientation, sound financial management, human rights, cultural diversity and social cohesion and accountability.

Key Words: Governance, Actors of Governance, Aviation, Climate Change

DENİZCİLİK SEKTÖRÜNDE SERMAYE YAPISI KARARLARININ FİNANSMAN SEÇENEKLERİNE ETKİLERİ: KONTEYNER LİMANLARI ÜZERİNE AMPİRİK BİR UYGULAMA

Yüksek Lisans Öğrencisi Abdullah KELEŞ

Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Deniz İşletmeciliği ve Ekonomisi

ÖZET: Ülkeler arası yapılan ithalat ve ihracatın büyük çoğunluğu denizyolu ile gerçekleşmektedir. Bunun nedeni fiyat – performans denkleminde en güvenli ve hızlı taşıma yolunun denizyolu olmasıdır. Bu bağlamda yıllar içerisinde denizyolu ile taşınan yüklerin çeşitliliği artmış olup günümüzde ise en çok tercih edilen taşıma birimlerinden birisi konteynerdir. Birçok farklı yapılar da olan konteynerlerin popüler bir şekilde tercih edilmesinin sebebi ise birden fazla farklı yükün güvenli bir şekilde taşınabilmesi durumudur. Bu yüzden konteyner limanları ülke ekonomilerine doğrudan katkı veren işletmelerdir. İşletmelerin sermaye yapısı ise faaliyetlere devam edebilmek ve yeni yatırımlar yapabilmek gibi kararları etkileyen unsur finansman yapısı olarak açıklanabilir. İşletmelerin karar verme sürecinde borç ve öz sermayenin ne şekilde kullanacağı işletme geleceği açısından önemlidir. Bu çalışmanın amacı ise konteyner limanlarının sermaye yapısı kararlarının finansman seçeneklerine ne gibi bir etkisi olduğunu açıklamaktır. Birçok konteyner limanı finansal verilerini kamuya paylaşmadıkları için çalışma içerisinde finansal verileri yayınlayan dünya genelinde faaliyetlerini sürdüren konteyner limanları dikkate alınmıştır. Konteynerler liman işletmelerinin 2012 – 2020 yıllarına ilişkin finansal oranları şirketlerin kamuya paylaştığı finansal tablolar kullanılarak elde edilmiştir. Çalışmanın bağımlı değişkeni finansal kaldıraç oranıdır. Bağımlı değişkeni etkilediği tahmin edilen faktörler ise finans alanında sermaye yapısı üzerine yapılmış çalışmalarda yaygın bir şekilde kullanılan finansal oranlardan seçilmiştir. Araştırmada panel veri analizi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre konteyner liman işletmelerinin sermaye yapılarını öz sermaye karlılığı ve finansman oranı negatif, nakit oranı ise pozitif etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sermaye yapısı, Konteyner limanları, Kaldıraç

THE EFFECTS OF CAPITAL STRUCTURE DECISIONS ON FINANCE OPTIONS IN THE MARITIME SECTOR: AN EMPIRICAL APPLICATION ON CONTAINER PORTS

ABSTRACT: The vast majority of imports and exports between countries are carried out by seaway. The reason for this is that the safest and fastest way of transportation in the price-performance equation is by seaway. In this context the variety of cargoes transported by sea has increased over the years and today, one of the most preferred transportation units is container. The reason why containers with many different structures are popularly preferred is that more than one different cargo can be transported safely. Therefore container ports are companies that directly contribute to country's economy. The capital structure of enterprises on the other hand, can be explained as financing structure which affects the decisions such as continuing the activities and making new investments. How debt and equity capital will be used in the decision-making process of companies is important for the future of companies. The purpose of this study is to explain what effect the capital structure decisions of container ports have on financing options. Since many container ports do not share their financial data with public, container ports that publish financial data and continue their activities around the world are considered in the study. The financial ratios of the containers port operators for the years 2012–2020 were obtained by using the financial statements shared by the companies with public. The dependent variable of study is financial leverage ratio. The factors that are estimated to affect the dependent variable were selected from the financial ratios that are widely used in studies on capital structure in the field of finance. Panel data analysis was used in research. According to the results of the study the return on equity and financing rate in container ports negatively affected capital structure while the cash ratio had a positive effect on the capital structure.

Key Words: Capital Structure, Container Ports, Leverage

GIYİLEBİLİR TEKNOLOJİ: AKILLI SAAT KULLANIMINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Yüksek Lisans Öğrencisi Özlem Kutlu

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme

Dr. Öğr. Üyesi Güngör Hacıoğlu

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme

ÖZET: Dördüncü Sanayi Devrimi yaşanırken, teknolojinin ve dijitalleşmenin temelinde farklı sistemlerin entegre edilerek kullanılacak iş modellerini ve anlayışı ifade eden Endüstri 4.0 kavramı, lojistikten insan kaynaklarına pek çok farklı işletme fonksiyonunu dönüştürmüştür. Etkili olduğu en önemli alanlardan biri de pazarlamadır. Endüstri 4.0'ın yapıtaşları olarak görülen yapayzeka, büyük veri, bulut teknolojisi, artırılmış gerçeklik gibi konular, pazarlamanın işleyişini derinden etkilemiş kendi dinamikleri ile Pazarlama 4.0 ortaya çıkmıştır. Farklı bir endüstri kolu olarak bu dönemin dinamikleri için doğup hızlı şekilde gelişen bir sektör de giyilebilir teknolojidir. Akıllı saat, görüntülü kask, akıllı gözlük, bileklik, mücevher parçaları, akıllı giysi gibi farklı ürünler, giyilebilir teknoloji ürünlerinden en yaygın ve bilinen olanları iken en çok bilineni akıllı saat ürünüdür. Yapılan bu çalışmada, üniversite öğrencisi gençlerin giyilebilir teknoloji ürünü olan akıllı saatlere karşı tutum ve kullanım niyetlerine etki eden faktörlerin araştırılması amaçlanmaktadır. Bunun için, teknoloji ürünlerine olan tutumun araştırılmasında son yıllarda sıklıkla başvuru olan Teknoloji Kabul Modelinden yararlanılmaktadır. Algılanan kullanım kolaylığı, fayda, mahremiyet riski, keyif ve çekiciliğin akıllı saate olan tutum ve saati kullanma niyeti üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Üniversite öğrencisi 175 gence uygulanan online anket sonucunda, algılanan fayda ile keyif ve çekicilik değişkenlerinin tutum üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, kullanım kolaylığı ile mahremiyet riskinin ise tutum üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna varılmaktadır. Algılanan fayda, kullanım kolaylığı ile keyif ve çekicilik değişkenlerinin akıllı saat kullanım niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, mahremiyet riskinin ise akıllı saat kullanım niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Tutum üzerinde en etkili değişken algılanan fayda olarak bulunurken kullanım niyeti üzerinde en etkili değişkenin keyif ve çekicilik olduğu görülmüştür. Çalışma bulgularının, giyilebilir teknoloji ürünler sektöründe özellikle ülkemizde ve dünyada sektör çalışanlarına, gerekli stratejilerin geliştirilmesi sürecinde faydalı olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama 4.0, Giyilebilir Teknoloji, Akıllı Saat

WEARABLE TECHNOLOGY: A RESEARCH ON SMARTWATCH USE

ABSTRACT:

Wearable technology is a sector that was born and rapidly developed for the dynamics of this period as a different industry branch. While different products such as smart watches, video helmets, smart glasses, wristbands, jewelry pieces, smart clothing are the most common and well-known wearable technology products, the most well-known is the smart watch product. In this study, it is aimed to investigate the factors affecting the attitudes and usage intentions of young university students towards smart watches, which are wearable technology products. For this, the Technology Acceptance Model, which has been frequently used in recent years, is used to investigate the attitude towards technology products. The effects of perceived ease of use, utility, privacy risk, enjoyment and attractiveness on attitudes towards smart watches and intention to use the watch are investigated. As a result of the online survey applied to 175 university students, it was concluded that the variables of perceived usefulness and pleasure and attractiveness had a significant effect on the attitude, while the ease of use and the risk of privacy did not have a significant effect on the attitude. It has been observed that the variables of perceived usefulness, ease of use, enjoyment and attractiveness have a significant effect on smart watch usage intention, while privacy risk has no significant effect on smart watch usage intention. While the most effective variable on attitude was found to be perceived usefulness, it was seen that the most effective variable on intention to use was pleasure and attractiveness. It is expected that the findings of the study will be useful for the sector employees in the wearable technology products sector, especially in our country and in the world, in the process of developing the necessary strategies.

Key words: Marketing 4.0, WearableTechnology, Smart Watch

Havayolu Maliyetleri; TAKSİ SÜRESİ MALİYETLERİNİN İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Öğrencisi NECATİ BALTACI

Kocaeli Üniversitesi, SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ, HAVACILIK YÖNETİMİ ABD
necatibaltaci06@gmail.com

Doç. Dr. Didem Rodoplu ŞAHİN

Kocaeli Üniversitesi / Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi Bölümü
drodoplu@gmail.com

ÖZET: Havacılık endüstrisi ülkemizde ve dünyada büyük gelişim göstermektedir. Artan yolcu talepleri, havalimanlarının genişletilmesi, filo ya yeni uçakların katılması gibi birçok etmen havayollarına karın yanında maliyet olarak geri dönmektedir. Havayolları için birçok maliyet kalemi bulunmaktadır ve bu maliyet kalemleri içinde en önemli maliyetlerden birisi yakıt maliyetidir. Havalimanları yapım aşamasında, taksi yolları ve pistler planlanırken hava yollarına yakıt maliyetlerine etkisi de göz önüne alınır. Bu makale çalışmasının amacı, havalimanlarında taksi yollarının uzunluğunun havayollarına olan maliyeti üzerine gerçek örnekler üzerinde inceleme yapılmış ve bu maliyet kaleminin havayollarına olan etkisini azaltmak için yapılması ve uygulanması gereken yöntemleri belirlemektir. Çalışma taksi yolları tanımı, uzunlukları ve bu terimlerle ilgili veri toplama, verilerin analizi, havalimanı tasarımı nda izlenmesi gereken yöntemler, uygulamalar ve sonuç kısmından oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Taksi Yakıtı, Taksi Yolları, Havayolu Maliyetleri.

Airline Costs; EXAMINATION OF TAXI TIME COSTS

ABSTRACT: Aviation industries progress in the my country and in the world. Like growing demand of pax, extension at airport, new aircraft add on the fleet back to airlines as a cost, including profit. The airlines has a some cost item. One of the important costs in these cost items is the fuel cost. Like construction design of airport, taxiway and planning of runway affect of airline fuel cost at directly. Purpose of in that article, the cost of the length of taxi road to airlines at airport has been rewieved on real examples and should determine to reduce the effect of this cost item on airlines. This article comprise of definition taxi way, length of taxi way and data collection about that issue, analysis of data, methods to follow in airport design, applications and conclusion.

Key Words: *Taxi Fuel, Taxi Way, Airline Cost.*

SİSTEM YAKLAŞIMININ HAVACILIK SEKTÖRÜ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**Arş. Gör. KÜBRA NUR CİNGÖZ**

Gaziantep Üniversitesi, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi Bölümü

Doç. Dr. DİDEM RODOPLU ŞAHİN

Kocaeli Üniversitesi, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi Bölümü

ÖZET: 1950’lerde ortaya çıkan ve giderek önem kazanan, hava taşımacılığı sektörü dâhil olmak üzere birçok sektörde uygulanan sistem yaklaşımı, bütüncül bir bakış açısı kazandırmak amacıyla ortaya atılmış ve rağbet görmüştür. Rağbet gören bu yaklaşım, esasen alt sistemlerden oluşmaktadır ve bu alt sistemlerdeki herhangi bir olumsuzluk tüm sistemi etkilemektedir. Havacılık sektöründe de havacılık işletmeleri, havalimanları, havacılık otoriteleri gibi ana sistemler altında alt sistemler bulunmakta ve bu alt sistemlerdeki herhangi bir olumsuzluk tüm sistemi etkilemektedir. Çalışmamızda amaç sistem yaklaşımını havacılık sektörü açısından ele almak ve havacılık işletmeleri, havalimanları, havacılık otoriteleri gibi ana sistemlerin ve bu ana sistemin altında bulunan her bir alt sistemin bir diğerini nasıl etkilediğini ölçmektir. Bu kapsamda çalışmamızda yöntem olarak nitel araştırma desenlerinden içerik analizinden faydalanılmış edilen veriler kıyaslanarak analiz edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Havayolu taşımacılığı, Sistem Yaklaşımı, Yönetim ve Organizasyon, Strateji

EVALUATION OF THE SYSTEM APPROACH IN TERMS OF AVIATION SECTOR

ABSTRACT: The system approach, which emerged in the 1950s and became increasingly important, applied in many sectors, including the air transport sector, was put forward to provide a holistic perspective and gained popularity. This popular approach consists mainly of subsystems, and any disruption in these subsystems affects the entire system. In the aviation sector, there are sub-systems under the main systems such as aviation enterprises, airports, aviation authorities and any negativity in these sub-systems affects the whole system. The aim of our study is to consider the system approach in terms of the aviation sector and to measure how the main systems such as aviation enterprises, airports, aviation authorities and each subsystem under this main system affect each other. In this context, in our study, content analysis which is qualitative research designs was used as a method and data were compared and analyzed.

Key words: Air Transport, System Approach, Management and Organization, Strategy

Kamu Yöneticilerinin Özelleştirmeye Bakışı: Fenomenolojik Bir Arastırma

Öğr. Gör. Esra İŞBİLEN DURU

Gedik Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık

Doç. Dr. Gül ESER

Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü-Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı

ÖZET: Örgüt kuramı çalışmalarına göre Türkiye'nin günümüzdeki egemen örgüt formu işletme gruplarıdır. Bununla birlikte, işletme grupları öncesinde birçok sektöre egemen olan kamu iktisadi teşebbüsleri (KİT), örgütsel alanlardan çeşitli ekonomik, politik, sosyal gelişmelerin sonucu olarak çekilmiş, konumlarını yerli/yabancı özel sektör işletmelerine bırakmışlardır. Kısaca, bir örgütsel alana hakim olan KİT şeklinde örgütlenme biçimi, yerini başka bir örgütlenme biçimine bırakmıştır. Söz konusu değişimin yaşandığı örgütsel alanlardan biri de Tekel Genel Müdürlüğü'nün (TEKEL) faaliyet gösterdiği tütün, sigara ve alkol sektörleri olmuştur. Çalışmada, 1991-2012 yılları arasında TEKEL Genel Müdürlüğü'nün Tekel'in karar alıcı pozisyonlarında (genel müdür, genel müdür yardımcısı, müessese müdürü ve yardımcısı) görev yapmış olan yöneticilerin, kurumun özelleştirilmesine olan yaklaşımları araştırılmaktadır. Böylece yönetici bakış açısı ile bir örgütsel alanda egemen olan örgüt forumunun değişiminin nasıl anlamlandırıldığının anlaşılması amaçlanmaktadır. Bu temel amaca ek olarak, veri toplanan yöneticilerin özelleştirme öncesi, özelleştirme süreci ve sonrası dönemlerde kurumda görev yapmaları nedeniyle, dönemlerin birbirlerine göre değişiminin ulusal iş sistemi bağlamında bulunduğu karşılıkların anlaşılması araştırmanın ikincil amacıdır. Çalışma bir nitel araştırma olarak tasarlanmış olup, araştırma deseni fenomenolojik araştırma olarak belirlenmiştir. Veri toplamaya uygun özelliklerde olan yöneticilere ulaşmak için kartopu yönteminden yararlanılmış ve mülakat yöntemi ile yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanmak suretiyle veriler toplanmıştır. Verilerin analiz edilmesi için içerik analizi kullanılmıştır.

Anahtar kelimeler: TEKEL, yönetim ve organizasyon, işletme tarihi

Public Administrators' Perspective on Privatization: A Phenomenological Study

ABSTRACT: According to organizational theory studies, the dominant organizational form in Turkey today is business groups. Before business groups, there are state economic enterprises (SOEs) in many sectors. However, the organizational form in the form of SOE has left its place to another form of organization. One of the organizational areas where the said change took place was the tobacco, cigarette and alcohol sectors, in which the General Directorate of Tekel (TEKEL) operates. In this study, the institution of TEKEL General Directorate executives who worked in decision-making positions (general manager, assistant general manager, establishment manager and assistant, factory manager) of Tekel between 1991 and 2012 are investigated. Thus, it is aimed to understand how the change of the organizational forum, which dominates an organizational field, is understood from the perspective of the manager. In addition to this main purpose, the secondary purpose of the research is to understand the reciprocity of the change of periods in the context of the national business system, as the collected data has worked in the institution before, in the institution and after. customization process. In this study, qualitative research method was used as the research method. The research design of the study was determined as phenomenological research. Snowball method was used to reach the interviewees and collect data. Data were collected from the managers who were suitable for data collection using the interview method and semi-structured interview form. Content analysis was used in the analysis of the data.

Key words: TEKEL, management and organization, management history

COVID -19 PANDEMİ ÖNCESİ VE SÜRECİNDE TÜRKİYE'DE SAĞLIK TURİZMİ

Öğr. Gör. Dr. Nalan Beken
İstanbul Üniversitesi, İktisat, İktisat

Özet: Turizm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en önemli hizmet sektörlerinden biridir. Bu sektörde yapılan yatırımlar kısa sürede ülkelerin turizm gelirlerini arttırarak ülkelerin refah düzeylerinin yükselmesine katkı sağlamaktadır. Günümüzde turizm bireylerin ihtiyaçlarına ve tercihlerine göre çeşitlenerek alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır. Alternatif turizm türlerinden biri de sağlık turizmidir. Dünya Turizm Örgütü'nün yapmış olduğu tanıma göre, kişinin sağlığını geliştirmesi için sağlık merkezine gitmesidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın tanımına göre ise fizik tedavi ve rehabilitasyon ihtiyacı olanlarla birlikte uluslararası hasta potansiyelini kullanarak sağlık kuruluşlarının büyümesine olanak sağlayan turizm türüdür. Sağlık turizmi ile ilgili olarak birçok tanım yapılmış olup , bu tanımların ortak noktaları kişilerin sağlık hizmeti almak için ikamet ettikleri yerin dışında bir yere seyahat etmeleridir. Sağlık turizmi günümüzde gittikçe önem kazanmaktadır. Çalışmamızda Türkiye İstatistik Kurumu(TÜİK) 2003-2022 yılları arasındaki veri kullanılarak özellikle covid -19 pandemi sürecinde ve öncesinde Türkiye'deki sağlık turizmi incelenmiştir. Tük verilerine göre pandeminin başladığı yıl 2020 yılında sağlık ve tıbbi nedenlerle ülkemize gelen turist sayısında oldukça fazla azalma görülmüştür. Pandemi süreci devam etmesine rağmen 2021 yılında sağlık amaçlı gelen turist sayısında yeniden artış sağlanmıştır.2022 yılının birinci çeyreğinde görülen artış geçen yılın ve 2020 yılının aynı çeyreğine göre oldukça fazladır.Bu artışın 2022 yılının ikinci çeyreğinde de devam ettiği görülmektedir.Ayrıca çalışmamızda turizm gelirleri bu dönemler için incelenmiş , Türkiye'nin sağlık turizminde güçlü ve zayıf tarafları analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sağlık Turizmi, Turizm Gelirleri

HEALTH TOURISM IN TURKEY BEFORE AND DURING THE COVID -19 PANDEMIC

Abstract: Tourism is one of the most important service sectors of developed and developing countries. Investments made in this sector increase the tourism income of the countries in a short time and contribute to the increase of the welfare level of the countries. Today, various types of alternative tourism have emerged according to the needs and preferences of individuals. One of the alternative tourism types is the health tourism. The world tourism organisation defines it as health tourism if a person goes to a health center to improve his health. According to the definition of the Ministry of Culture and Tourism, it is a type of tourism that allows health institutions to grow by using the international patients potential together with those in need of physical therapy and rehabilitation. Many definitions have been made regarding health tourism. The common points of these definitions are that people travel to a place other than their place of residence to receive health care. Health tourism is gaining more and more importance today. In our study, the health tourism in Turkey was examined, especially during and before the covid-19 pandemic, using the data of the Turkish Statistical Institute (TURKSTAT) between 2003 and 2022. According to TURKSTAT data, in 2020, the year the pandemic started, the number of tourists coming to our country for health and medical reasons has decreased considerably. Although the pandemic process continues, the number of tourists coming for health purposes has increased again in 2021. The increase seen in the first quarter of 2022 is considerably higher than the same quarter of the previous year and 2020. It is seen that this increase continues in the second quarter of 2022. Moreover, in our study, tourism revenues were examined for these periods, and the strengths and weaknesses of Turkey's health tourism were analyzed.

Keywords: Tourism, Health Tourism, Tourism Revenues

Yeşil Ürün Algıları ve Çevreye Yönelik Tutumların Ekolojik Ürün Kullanımına Etkisinin Araştırılması: Kocaeli İli Örneği

Dr. Öğr. Üyesi CÜNEYD İKBAL SARIOĞLU

Kocaeli Üniversitesi, MYO, DIŞ TİCARET

ÖZET: Yeşil pazarlama kavramı, kişi ve kuruluşların çevreye olan ilgi ve saygıları sonucu ortaya çıkmıştır. Yeşil pazarlama, ürün modifikasyonları, üretim sürecindeki değişiklikler, reklamlarda değişiklikler ve ambalajlarda değişiklikler gibi geniş bir faaliyet yelpazesini içine alır. Bu çalışmalarla çevreye duyarlı satın alma davranışı gerçekleştiren tüketiciler hedeflenmektedir. Ayrıca diğer tüketicilerde de bu çalışmalarla marka farkındalığı oluşturulması amaçlanır. Bu sayede firma veya ürünün yenilikçi ve çevre dostu bir konumlandırmaya kavuşması sağlanmaktadır. Son yıllarda da çevre dostu ürünlerin pazarlanması, üretimden paketlemeye kadar değişen açılardan, çevremizi ve insan yaşamını korumak için dikkat çekmektedir. Özellikle organik ürünlere olan ilgi ve farkındalık her geçen gün artmaktadır. Ayrıca çevreye daha az zarar verdiği için enerji tasarrufu ve geri dönüşüm konusunda firma ve marka tutumlarına artan bir tüketici ilgisi vardır. Bu çalışmada yeşil ürün pazarlama algısı ve çevreye yönelik tutumların yeşil pazarlama faaliyetleri çerçevesinde çevreye duyarlı ürün satın alma davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışma kapsamında Kocaeli ilinden 1699 kişiye ulaşılmıştır. Çalışmanın yaklaşık %62'sini 18-24 yaşa aralığındaki katılımcıların oluşturması gelecek neslin (Z kuşağı) çevre dostu ürünlere bakış açısını koyması açısından ayrıca önemlidir. Yapılan analiz sonrasında yeşil ürün pazarlama algısının çevreye duyarlı ürünleri satın alma ve kullanma bilinci üzerindeki etkisinin anlamlı ve pozitif olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, ekolojik bilinç ve çevresel sorumluluk bilincinin yeşil ürün pazarlama algısı ve çevreye yönelik tutumlar üzerindeki etkisi yine anlamlı ve pozitifdir. Bu çalışmanın, yeşil pazarlamaya yönelik olumlu tutumları arttırmakta önemli katkılar yapacağı beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Pazarlama, Çevreye Yönelik Tutum, Ekolojik Ürün

Analysis of the Effects of Green Product Perceptions and Environmental Attitudes on Ecological Product Use: The Case of Kocaeli Province

ABSTRACT: The concept of green marketing has emerged as a result of the interest and respect of individuals and organizations for the environment. Green marketing encompasses a wide range of activities such as product modifications, changes in the production process, changes in advertising, and changes in packaging. With these studies, consumers who realize environmentally sensitive purchasing behavior are targeted. In addition, it is aimed to create brand awareness in other consumers with these studies. In this way, it is ensured that the company or product has an innovative and environmentally friendly positioning. In recent years, the marketing of environmentally friendly products has drawn attention to protect our environment and human life, from production to packaging. Especially the interest and awareness of organic products is increasing day by day. In addition, there is an increasing consumer interest in company and brand attitudes about energy saving and recycling as it causes less harm to the environment. In this study, the effect of green product marketing perception and attitudes towards the environment on environmentally friendly product purchasing behavior was examined within the framework of green marketing activities. Within the scope of the study, 1699 people were reached from Kocaeli province. The fact that approximately 62% of the study was composed of participants aged 18-24 is also important in terms of putting the perspective of the next generation (Generation Z) on environmentally friendly products. After the analysis, it was concluded that the effect of green product marketing perception on the awareness of purchasing and using environmentally friendly products is significant and positive. In addition, the effect of ecological consciousness and environmental responsibility awareness on green product marketing perception and attitudes towards the environment is again significant and positive. It is expected that this study will make important contributions to increase positive attitudes towards green marketing.

Key Words: Green Marketing, Environmental Attitude, Ecological Product

İMALAT SANAYİ ÖNCÜ GÖSTERGELERİ: AB ÜLKELERİ VE TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI

Dr. Öğr. Üyesi Gül GÜNEY
Bartın Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat

ÖZET: İmalat sanayi, ekonomide mal üretiminin gerçekleştiği en önemli sektör olarak ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınmasının belirleyici unsurudur. Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında daha yüksek katma değer sağlamaktadır. Bu yönüyle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde oldukça önemli bir yere sahiptir. İmalat sanayinin katma değerini gösteren üretim endeksi ile imalat sanayinde istihdam edilen kişi sayısını gösteren istihdam endeksi; imalat sanayinin mevcut durumunun ortaya konulması ve sektörün geleceğine ilişkin politikaların oluşturulması açısından oldukça önemlidir. Çalışmada; Türkiye'nin 2021 yılı ilk çeyreği ile 2022 yılı ilk çeyreği arası üretim endeksi ve istihdam endeksi, imalat sanayi alt sektörleri (NACE Rev 2. - iki haneli alt sektörler) bazında ele alınarak bir yıllık değişim performansı değerlendirilmiştir. Ayrıca 2022 yılı ilk çeyreği üretim endeksi ve istihdam endeksi, imalat sanayi alt sektörleri (NACE Rev. 2 - iki haneli alt sektörler) teknoloji yoğunluğu sınıflamasına göre ele alınarak AB üyesi ülkeler ile Türkiye arasında karşılaştırmalı bir analiz yapılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler, Avrupa Birliği İstatistik Ofisi EUROSTAT'tan elde edilen sanayi verileridir. Kullanılan endeksler, mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış ve 2015 yılı baz yılı olarak alınmıştır. Analiz sonucunda, Türkiye imalat sanayi alt sektörleri üretim endeksi ve istihdam endeksinin 27 AB üye ülkesi ortalamasından yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İmalat Sanayi, Üretim Endeksi, İstihdam Endeksi, Teknoloji Yoğunluğu, Türkiye

MANUFACTURING INDUSTRY LEADING INDICATORS: EU COUNTRIES AND TURKEY COMPARISON

ABSTRACT: Manufacturing Industry is the determining factor of the economic growth and development of the countries, as the most important sector in which the production of goods takes place in the economy. It provides higher value added when compared to other sectors. In this respect, it has a very important place in developed and developing countries. The production index exhibiting the value added of the manufacturing industry and the employment index showing the number of people employed in the manufacturing industry is very important in terms of revealing the current situation of the manufacturing industry and establishing policies for the future of the industry. In this study, Turkey's production index and employment index between the first quarter of 2021 and the first quarter of 2022 were discussed on the basis of manufacturing industry sub-sectors (NACE Rev.2 - two-digit sub-sectors) and one-year change performance was evaluated. In addition, the first quarter of 2022 production index and employment index and manufacturing industry sub-sectors (NACE Rev.2 - two-digit sub-sectors) were discussed according to technology intensity classification and a comparative analysis was made between EU member countries and Turkey. The data used in this study are industry data obtained from the European Union Statistical Office EUROSTAT. The indices used were adjusted for seasonal and calendar effects and 2015 was taken as the base year. As a result of the analysis, it has been observed that the production index and employment index of the manufacturing industry sub-sectors of Turkey are higher than the average of 27 EU member countries.

Key Words: Manufacturing Industry, Production Index, Employment Index, Technology Intensity, Turkey

UZAKTAN ÇALIŞMANIN DAVRANIŞSAL EKONOMİ EKSENİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Burak Kağan Demirtaş

Abdullah Gül Üniversitesi, Yönetim Bilimleri Fakültesi, Ekonomi

ÖZET: Covid-19 pandemisinin çalışma hayatı üzerindeki en önemli etkilerinden biri uzaktan çalışmaya ani geçiş olmuştur. Kamu otoritelerinin aldığı yasaklar ve kısıtlamalar ve işverenlerin tercihleri nedeniyle birçok çalışan evden çalışma sistemi ile tanışmıştır. Salgının şiddetinin azalmasıyla birlikte uzaktan çalışan sayısında düşüş yaşansa da Türkiye ve diğer ülkelerdeki birçok şirket, salgın sona erdikten sonra bile çalışanlarının belirli oranlarda evden çalışmaya devam edeceklerini açıklamaktadır. Bu nedenle, uzaktan çalışmanın çalışanlar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini anlamak önemli hale gelmektedir. Bu çalışma, davranışsal ekonomi alanında uzaktan çalışmanın çalışanlar üzerindeki etkilerini tartışmaktadır. Bu kapsamda uzaktan çalışmanın stres ve kaygı gibi çalışanların motivasyonunu ve verimliliğini etkileyen önemli faktörler üzerindeki etkileri üzerinde durulacaktır. Uzaktan çalışmaya dair yapılan literatür taraması sonucunda, trafikte geçirilen sürenin azalması, daha az denetlenme ve artan otonomi, çalışanların daha az stres ve kaygı duymalarına neden olurken, daha az sosyal etkileşim ve kendini izole hissetme, daha uzun çalışma saatleri ve herhangi bir zaman diliminde iletişime geçilebilmesinin stres ve kaygıyı artırdığı görülmektedir. Ayrıca bazı araştırmalar, çalışanların aileleriyle daha fazla zaman geçirebildikleri için uzaktan çalışmanın stresi azalttığını gösterirken bazı araştırmalar ise uzaktan çalışmanın iş ve aile hayatı arasındaki dengeyi bozarak stres ve kaygıya yol açtığını göstermektedir. Son olarak, uzaktan çalışmanın sürekli olmasındansa haftada birkaç gün ile sınırlandırılmasının çalışanlar açısından daha faydalı olacağının önerildiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Uzaktan çalışma, çalışma ekonomisi, personel ekonomisi, davranışsal ekonomi

AN EVALUATION OF TELEWORKING BASED ON BEHAVIORAL ECONOMICS

ABSTRACT: One of the most important effects of the Covid-19 pandemic on working life is the sudden transition to teleworking. Due to the prohibitions and restrictions taken by public authorities and the preferences of employers, many employees have met with the system of working from home. Although there has been a fall in the number of employees working from home with the decrease in severity of the pandemic, many companies in Turkey and other countries have declared that their employees will continue to work from home at certain rates even after the pandemic is over. Therefore, it is important to understand the positive and negative effects of teleworking on employees. This study discusses the effects of teleworking on employees in the field of behavioral economics. In this context, the effects of teleworking on important factors such as stress and anxiety that affect the motivation and productivity of the employees will be focused on. As a result of the literature review based on teleworking, reduced traffic time, lower monitoring, and increased autonomy lead employees to feel lower stress and anxiety whereas less social interaction and feeling isolated, longer working hours, and being contacted at any time increase the stress and anxiety. In addition, some studies show that teleworking decreases stress because employees can spend more time with their families. On the contrary, some other studies show that teleworking blurs the balance between working and family life, leading to higher stress and anxiety. Finally, it is suggested that it would be more beneficial to limit teleworking to a few days in a week instead of being continuous.

Key Words: Teleworking, labour economics, personnel economics, behavioral economics

NEOLİBERAL DEPOLİTİZASYONU İNŞA ETMEK: MİLLİYETÇİ MUHAFAZAKARLIK VE ULUSALCILIK'TA KOMPLO TEORİLERİNİN İŞLEVİ

Dr. Öğr. Üyesi Onur Türkölmez

Gaziantep Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi

ÖZET: Literatürde komplo teorilerine duyulan yaygın inancın, kitleleri terörize ederek şiddet eylemlerine meyyal hale getirebileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte Türkiye örneğinde komplo teorilerinin tam tersi bir etki yaratarak kitleleri pasifize ettiğini, olayların perde arkasını bilme duygusunun verdiği rahatlık hissinin, sadece şiddet eylemlerinden el çekmeyi değil, topyekun bir depolitizasyon sürecini teşvik ettiği görülmektedir. Bu ortak duygu durumunun birbiriyle çoğu zaman çatışan iki siyasi akım arasında depolitizasyonu inşa edecek bir yöntemsel ortaklaşma yarattığı söylenebilir. Bir yandan da komplo teorilerinin hegemonikleşme eğilimi, giderek neoliberal yeniden yapılandırmaya siyasal bir meşruiyet sağlayıcı boyuta ulaşmıştır. Zira neoliberalizmin temel siyasal çıktılarından biri olarak depolitizasyon, kitleleri kapitalist sistemin kendiliğindenliğine ve olağanlığına alıştırmının başlıca yöntemi olmuştur. Bu çalışmanın temel amacı, ulusalcılık ve milliyetçi muhafazakarlığın, kitlelerin siyasallaşmasını önleyecek biçimde dönüşmesine yardımcı olan bir araç olarak komplo teorilerinin bu siyasal akımlardaki konumunu tespit etmektir. Çalışma kapsamında milliyetçi muhafazakar ve ulusalcı avangardın seçilen metinlerinde yer alan komplocu mantığın siyasal çıktıları ve genel olarak komplo teorilerine dair yaklaşımları analiz edilmiştir. Değerlendirme sonucunda komplo teorilerinin milliyetçi muhafazakar ve ulusalcı entelijansı yalnız rahatlatma değil, korku ve paranoya hisleriyle de besleyerek siyasetin dışına sürüklediği, siyasette güçlü liderlere ya da devlet içi mekanizmaların vesayet mücadelelerine destek verir hale getirerek neoliberalizmin kökleşmesine destek olmalarını sağladığı anlaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Ulusalcılık, Milliyetçi Muhafazakarlık, Komplo Teorileri, Siyasetsizleştirme, Depolitizasyon

BUILDING NEOLIBERAL DEPOLITICIZATION: THE FUNCTION OF CONSPIRACY THEORIES IN NATIONALIST CONSERVATISM AND NEO-NATIONALISM- ULUSALCILIK

ABSTRACT: It is thought that the widespread belief in conspiracy theories in the literature may terrorize the masses and make them prone to acts of violence. However, in the case of Turkey, it is seen that conspiracy theories pacify the masses by creating the opposite effect, and that the feeling of comfort that comes from knowing behind the scenes encourages a total depoliticization process, not just withdrawing from acts of violence. It can be said that this common emotional state creates a methodical commonality that will build depoliticization between two political currents that often conflict with each other. On the other hand, the hegemonic tendency of conspiracy theories has gradually reached a dimension that provides a political legitimacy to neoliberal restructuring. Because, as one of the main political outputs of neoliberalism, depoliticization has been the main method of accustoming the masses to the spontaneity and normality of the capitalist system. The main purpose of this study is to determine the position of conspiracy theories in these political movements as a tool that helps the transformation of nationalism and nationalist conservatism in a way that prevents the politicization of the masses. Within the scope of the study, the political outputs of the conspiratorial logic in the selected texts of the nationalist conservative and nationalist avant-garde and their approaches to conspiracy theories in general were analyzed. As a result of the evaluation, it has been understood that conspiracy theories feed the nationalist, conservative and nationalist intelligentsia not only with feelings of relief, but also with fear and paranoia, dragging them out of politics, making them support strong leaders in politics or the tutelage struggles of intra-state mechanisms, thus enabling them to support the rooting of neoliberalism.

Keywords: Nationalism, Nationalist Conservatism, Conspiracy Theories, Depoliticization, Depoliticization.

KILIÇ VE KALEM: KUTADGU BİLİĞ'DE OTORİTE VE BİLGİNİN KONUMLANDIRILMASI

Dr. Öğr. Üyesi Abdulkadir Aksoy

Gaziantep Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi

ÖZET: Kutadgu Bilig, Türk yönetim düşüncesini anlama ve açıklamada birincil önemi olan bir metin olarak görülmektedir. Çünkü Kutadgu Bilig, Türkçe yazılan ilk siyasetname olarak sadece kendi döneminin değil önceki dönem Türk yönetim geleneklerinin de izlerini taşıması açısından değerlidir. Bu bakımdan Kutadgu Bilig'deki yönetim anlatısı salt bir öğüt olmanın ötesinde yönetim düşüncesi için kurucu bir nitelik taşımaktadır. Kutadgu Bilig iyi yönetimin şartı olarak adaleti ve ahlakı merkezi konuma alır. Bununla birlikte Kutadgu Bilig'de yönetimin otorite ve bilgiyi hangi ölçekte kullanması gerektiği çok önem verilen konular arasındadır. Güç, Weberyen anlamda devletlere tanınan bir ayrıcalık olarak yönetimlerin elinde otoritenin tesisi için sıklıkla kullanılmak istenmiştir. Fakat sadece güç ile sağlanan otoritenin yarattığı sorunlar Kutadgu Bilig'de problem edilmiştir. Bu sebeple Kutadgu Bilig'de yöneticinin bilgiye dayanan kararlar vermesi ve bunun yanında ölçülü ve dengeli güç ile otoritenin sağlanması öğütlenmiştir. Çalışmada Kutadgu Bilig'de yönetimin meşruiyeti ve istikrarının bir koşulu olarak yöneticinin bilgi ve güç ile ilişkisi incelenmektedir. Bu boyutuyla incelendiğinde Kutadgu Bilig'de betimlenen yönetici tipinin "sadece sezgi ve duygulardan hareket eden" olmadığı ortaya konulmuştur. Çalışmada, Kutadgu Bilig eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi ile incelenerek yönetim düşüncesi bakımından taşıdığı özgünlükler tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kutadgu Bilig, Yönetim Düşüncesi, Bilgi, Otorite, İyi Yönetim

SWORD AND PEN: POSITIONING AUTHORITY AND KNOWLEDGE IN KUTADGU BILIG

ABSTRACT: Kutadgu Bilig is seen as a text with primary importance in understanding and explaining Turkish administration thought. Because Kutadgu Bilig, as the first policy book written in Turkish, is valuable in that it bears not only the traces of its own period but also the previous period Turkish administrative traditions. In this respect, the administration narrative in Kutadgu Bilig is beyond being a mere advice, it has a founding quality for administration thought. Kutadgu Bilig puts justice and morality at the center as a condition of good government. However, in Kutadgu Bilig, the extent to which the administration should use authority and knowledge is among the subjects of great importance. Power, as a privilege granted to states in the Weberian sense, has often been used for the establishment of authority in the hands of governments. However, only the problems created by the authority provided by power have been a problem in Kutadgu Bilig. For this reason, in Kutadgu Bilig, it is advised that the manager should make informed decisions, as well as provide measured and balanced power and authority. In the study, the relationship of the manager with knowledge and power as a condition of the legitimacy and stability of the administration in Kutadgu Bilig is examined. When examined in this aspect, it has been revealed that the manager type described in Kutadgu Bilig is not "who acts only from intuition and emotions". In the study, Kutadgu Bilig will be examined with the method of critical discourse analysis and its originality in terms of management thought will be discussed.

Key Words: Kutadgu Bilig, Administration Thought, Knowledge, Authority, Good Administration.

Kullanıcı-Ürün Etkileşiminde Simetri Faktörü

Dr. Öğr. Üyesi Pınar Öztürk Demirtaş

İstanbul Ticaret Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım, Endüstriyel Tasarım

ÖZET: İnsanoğlu içinde bulunduğu doğal çevresi ve kurgulanmış yapay çevresinde sayısız form tarafından çevrelenmiştir. Duyu organları ile bu formlar ile etkileşim kuran insanın güvenilirlik, yakın hissetme, güzel ve estetik bulma, beğenme ya da beğenmeme gibi verdiği tepkilerin ağırlıklı olarak formun yapısına bağlı olduğu öngörülür. Tamamlanmışlık ya da bitmişlik duygusunu oluşturan görüntünün insanda güven, sağlamlık, estetik etki oluşturduğu görülmektedir. Bu noktada biçimde "simetri" kavramı bu ilişkinin sağlanmasında önemli bir etkidir. Simetri, denge ve orantıyı ölçmek ya da tarif etmek için kullanılan bir kavramdır. Başka bir deyişle, iki nesnenin birbirine benzemesi ve uyumu olarak da tanımlanabilir. Estetik açıdan simetri, iki farklı nesnenin birbirine benzemesinde mükemmeliyet ve güzellik arayışının yansımasıdır. İnsan günlük hayatı içerisinde simetrik olan ya da simetrik izlenimi veren birçok alet, araç, yapı, canlı, yiyecek vb.ile karşılaşmaktadır. Endüstriyel tasarımla ilgili pek çok alanda, üretilen ürünün işlevselliği ve üretim kolaylığı göz önünde bulundurularak simetrik tasarımlar tercih edilmektedir. Endüstri ürünlerinin pek çoğu kalıp çıkarma, paketleme, muhafaza etme, kullanım kolaylıkları ve benzeri pek çok avantajı sağlaması dolayısıyla simetrik olarak tasarlanmaktadır. Simetrik olarak tasarlanmış bir otomobil aerodinamik dengeye sahip olurken, alıcısına da simetrik görünümünden kaynaklanan psikolojik olarak sağlamlık ve güven hissi vermektedir. Nitekim simetrik biçimlerin kolay hatırlanabilir olması pek çok marka ambleminde simetrik tasarlanmasının nedenlerindendir. Ancak simetri çok tekrara girdiğinde, beklenenin aksine sıkıcı ve yorucu da olabilir. Bu nedenle burada simetrinin tersi "asimetri" önemli başka bir bileşendir. Bu çalışmada simetri ve asimetri üzerinden denge yaratmak incelenerek, bunun endüstriyel tasarım ürünlerinde biçimdeki etkisi ve kullanıcı üzerindeki etkileşime dayalı etkisi incelenecektir. Amaç tasarımda denge oluşturmada simetri ve asimetri kullanımını anlamak ve kullanıcı etkileşimindeki önemini vurgulamaktır.

Anahtar Kelimeler: Tasarım, Simetri, Denge, Kullanıcı etkileşimi

Symmetry Factor in User-Product Interaction

ABSTRACT: Mankind is surrounded by countless forms in its natural environment and artificial environment. It is predicted that the reactions of people interacting with these forms with their sense organs, such as reliability, feeling close, finding beautiful and aesthetic, liking or not, depend heavily on the structure of the form. It is seen that the image that creates the feeling of completion or completeness creates a trust, solidity and aesthetic effect in people. At this point, the concept of "symmetry" in form is an important factor in providing this relationship. Symmetry is a concept used to measure or describe balance and proportion. Aesthetically, symmetry is the reflection of the pursuit of perfection and beauty in the resemblance of two different objects. In his daily life, people encounter many tools, vehicles, structures, living things, food, etc. that are symmetrical or give the impression of symmetry. In many areas of industrial design, symmetrical designs are preferred considering the functionality of the product and the ease of production. Many of the industrial products are designed symmetrically, as they provide many advantages such as mold removal, packaging, preservation, ease of use and so on. In addition, the fact that symmetrical shapes are easy to remember is one of the reasons why many brand emblems are designed symmetrically. However, when symmetry gets too repetitive, it can be boring and tiring, contrary to expectations. So here the inverse of symmetry, "asymmetry" is another important component. In this study, creating balance through symmetry and asymmetry will be examined, and its effect on industrial design products on form and interaction on the user will be examined. The aim is to understand the use of symmetry and asymmetry in creating balance in design and to emphasize their importance in user interaction.

Key Words: Design, Symmetry, Balance, User interaction.

Trade Integration and Income Inequality in Former Soviet Countries

PhD Student Mesut M. Badur

Graduate School of Economics and Management, Ural Federal University

Dr. Kazi

Graduate School of Economics and Management, Ural Federal University

Abstract: A rapid integration by bilateral and multilateral trade, capital flows, labor migration, information and technological diffusion cast critical implications to distribution of income and wealth to the individual level. The transition of the former Soviet countries from a command to the market economic system created many social classes through a skewed distribution of economic prosperity. Given this backdrop, we investigate the role of trade integration to explain income inequality for 12 former Soviet countries for the years 1991-2019. Given the considerable heterogeneity across the countries, time and reverse causality, we apply a novel method namely Panel Quantile Regression via Moments (MM-QR) approach. Our empirical findings reveal that trade integration lessens income inequality by promoting market incompleteness to the global level, considering different economic circumstances. We also observe that economic growth and income inequality follow an inverted U-shaped relation. Besides, government spending widens the gap between rich and poor, perhaps through the channel of poor institutions. We provide several policy implications.

Key Words: Globalization, Trade Integration, Income Inequality

The Effect of Maternal Education on the Morbidity of Infectious Diseases Among Children

Gokben Aydilek

Gebze Technical University, Department of Economics, Kocaeli, Turkey

Deniz Karaoglan Yurtseven

Gebze Technical University, Department of Economics, Kocaeli, Turkey

Abstract: This study aims to analyze the effect of maternal education on children's probability to contract infectious diseases mainly acute respiratory infections (ARI) and diarrhea which are quite common among children. Previous literature suggests that there is a strong positive correlation between the years of schooling of mothers and children's overall health. By using "Turkish Health Survey" data from the Turkish Statistical Institute (TurkStat) for 2019, contrary to the expectation, we find that maternal education increases the chances of catching infectious diseases among children between the ages of 0 and 6. When we check for the potential mechanism behind this surprising adverse finding, our result suggests that the daycare center attendance of children is the possible driving force since women with higher degrees of education are more likely to participate in employment resulting in their children attending kindergarten more often. Therefore, considering both the societal and financial burden of infectious disease prevalence, better policies and mediations should be implemented.

Keywords: child health, maternal education, Turkey, acute respiratory infection, ARI, diarrhea