



I. ULUSLARARASI LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK SEMPOZYUMU
“GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON”
ÖZETLER KİTABI

I. INTERNATIONAL LEADERSHIP AND ENTREPRENEURSHIP
SYMPOSIUM
“ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION”
ABSTRACTS BOOK

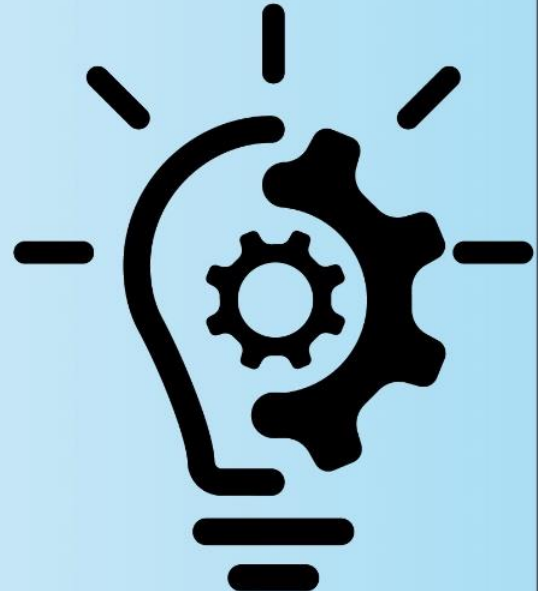
20-21 MAYIS / MAY 2024-İSTANBUL

Yayın Editörleri

Prof. Dr. Yusuf BALCI

Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN

Güllü BUZUNOĞLU





İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Sempozyum Afışı



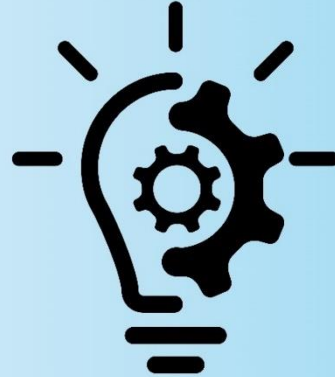
I. ULUSLARARASI LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK SEMPOZYUMU “Girişimcilik ve İnovasyon”

İstanbul Ticaret Üniversitesi Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi &
İstanbul Ticaret Üniversitesi Bilişim Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi

Sempozyum Tarihi
20-21 Mayıs 2024

ÖNEMLİ TARİHLER

- Özet Kabul Son Tarihi: **1 Mayıs 2024**
- Bildiri Kabul: (**7 gün içerisinde cevap verilecektir.**)
- Kabul Edilen Bildirilerin Duyurulması: **15 Mayıs 2024**
- Sempozyum Tarihi: **20-21 Mayıs 2024**
- Katılım Belgeleri Takdimi: **20-21 Mayıs 2024**
- Özet Bildiri Kitabı Tarihi: **14 Haziran 2024**
- Tam Metin Bildiri Son Teslim Tarihi: **1 Temmuz 2024**



Lütfen özet ve tam metin bildirimlerinizi aşağıdaki adrese gönderiniz:

<https://ulgs.ticaret.edu.tr/>

İletişim için: ulgs@ticaret.edu.tr



I. INTERNATIONAL LEADERSHIP AND ENTREPRENEURSHIP SYMPOSIUM "Entrepreneurship and Innovation"

Istanbul Ticaret University Leadership & Entrepreneurship Application and Research Center &
Istanbul Ticaret University Information Technologies Application and Research Center

Symposium Date
20-21 May 2024

IMPORTANT DATES

- Abstract Acceptance Deadline: **1 May 2024**
- Paper Acceptance: **(Answer will be given within 7 days.)**
- Announcement of Accepted Papers: **15 May 2024**
- Symposium Date: **20-21 May 2024**
- Presentation of Participation Certificates: **20-21 May 2024**
- Book of Abstracts: **14 June 2024**
- Full Paper Submission Deadline: **1 July 2024**

You are kindly requested to send your abstract and
full text papers to the following address:

<https://ulgs.ticaret.edu.tr/>

Contact: ulgs@ticaret.edu.tr





İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**I. ULUSLARARASI LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK
SEMPOZYUMU
“Girişimcilik ve İnovasyon”
ÖZETLER KİTABI**

**I. INTERNATIONAL LEADERSHIP AND
ENTREPRENEURSHIP SYMPOSIUM
"Entrepreneurship and Innovation"
ABSTRACTS BOOK**

(20-21 MAY 2024) – İSTANBUL

Yayın Editörleri

Prof. Dr. Yusuf BALCI

Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN

Güllü BUZUNOĞLU



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

I.ULUSLARARASI LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK SEMPOZYUMU

“Girişimcilik ve İnovasyon”

ÖZETLER KİTABI

I.INTERNATIONAL LEADERSHIP AND ENTREPRENEURSHIP SYMPOSIUM

"Entrepreneurship and Innovation"

ABSTRACTS BOOK

(20-21 MAY 2024) - İSTANBUL

İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayın No: 73

E-ISBN: 978-625-95544-0-2

Yayın Editörü: Prof. Dr. Yusuf BALCI, Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN, Güllü BUZUNOĞLU

Yayın Kurulu:

Prof. Dr. Yusuf BALCI, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İktisat (İngilizce)

Prof. Dr. Necdet ŞENSOY, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Muhasebe ve Denetim

Prof. Dr. İbrahim SUBAŞI, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Özel Hukuk

Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Havacılık Yönetimi

Güllü BUZUNOĞLU, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Liderlik ve Girişimcilik UYGAR

Sekreteryası: Güllü BUZUNOĞLU

Kapak Tasarım: Emil ATEŞ TOPÇU

Mizanpaj: Güllü BUZUNOĞLU

Erişime Açıldığı Tarih: Aralık 2024

Adres:

Sütlüce Yerleşkesi

Örnektepe Mah. İmrahor Cad. No: 88/2, Beyoğlu 34445 / İstanbul

Telefon 444 0 413

Küçükyalı Yerleşkesi

Küçükyalı E5 Kavşağı İnönü Cad. No: 4, Küçükyalı 34840 / İstanbul

Telefon 444 0 413

İstanbul Ticaret Üniversitesi Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi ile Bilişim Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayını.

İstanbul Ticaret Üniversitesi

<https://www.ticaret.edu.tr>

E-mail: yayin@ticaret.edu.tr

Instagram:<https://www.linkedin.com/company/i%CC%87istanbul-ticaret-%C3%BCniversitesi>

LinkedIn: <https://twitter.com/#!/ticaretedutr>

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCI_OZPDW7SYn_OnD8tl-JQg

Tebliğler kitabında yayınlanan bildirimlerin sorumluluğu yazarlarına aittir.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

LULUSLARARASI LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK SEMPOZYUMU

“Girişimcilik ve İnovasyon”

ÖZETLER KİTABI

I.INTERNATIONAL LEADERSHIP AND ENTREPRENEURSHIP SYMPOSIUM

"Entrepreneurship and Innovation"

ABSTRACTS BOOK

(20-21 MAY 2024) - İSTANBUL

İçindekiler

Bilgi Notu.....	14
Duyuru Metni (Türkçe).....	15
Sempozyum Programı.....	22
Dijital Mecra Linkleri.....	28
ÖNSÖZ.....	29
PREFACE.....	31
AÇILIŞ KONUŞMALARI.....	33
SEMPOZYUM SONUÇ BİLDİRİSİ.....	40
BİLDİRİ ÖZETLERİ.....	51
KEYNOTE SPEAKER.....	52
INTELLECTUAL PROPERTY IS IMPORTANT FOR ENTREPRENEURSHIP WHY.....	52
Prof. Dr. Muhammed Zeki DURAK.....	52
ÜNİVERSİTELERDE AKADEMİK ÜNVANLARIN ELDE EDİLMESİ VE ATANMA KRİTERLERİNDE PATENT BAŞVURULARINI ARTIRMAYA YÖNELİK BİR MODEL ÖNERİSİ.....	58
Yusuf BALCI.....	58
A MODEL PROPOSAL TO INCREASE PATENT APPLICATIONS FOR THE CRITERIA TO OBTAIN ACADEMIC TITLES AND APPOINTMENTS IN THE UNIVERSITIES.....	60
Yusuf BALCI.....	60
TÜRK DÜNYASI ÖĞRENCİLERİNİN ETKİLEŞİMİ VE KAYNAŞMASI: “AVRASYA’DA KÜLTÜR VE SİYASET” ADLI “ORTAK SINIF” PROJESİ UYGULAMASI VE SONUÇLARI.....	62



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

İsrafil KURALAY	62
Zebiniso KAMALOVA	62
INTERACTION AND COOPERATION OF TURKISH WORLD STUDENTS: IMPLEMENTATION AND RESULTS OF THE “COMMON CLASSROOM” PROJECT CALLED “CULTURE AND POLITICS IN EURASIA”	64
İsrafil KURALAY	64
Zebiniso KAMALOVA	64
SAVUNMA SANAYİNDE İNOVASYON STRATEJİSİNİN UYGULANMASINA İLİŞKİN BİR ÖRNEK VAKA ÇALIŞMASI	66
Murat YALÇINTAŞ	66
A CASE STUDY ON THE IMPLEMENTATION OF THE INNOVATION STRATEGY IN THE DEFENSE INDUSTRY	67
Murat YALÇINTAŞ	67
DÜNYA'DA YETKİNLİK VE DÖNÜŞÜM UYGULAMALARI- GAZİANTEP MODEL FABRİKA ÖRNEĞİ.....	68
Necdet ŞENSOY	68
INNOVATION CENTERS AND MODEL FACTORIES IN THE WORLD - GAZİANTEP MODEL FACTORY EXAMPLE	70
Necdet ŞENSOY	70
YIKICI TEKNOLOJİLER VE GELECEK PERSPEKTİFİ.....	72
Abdül Halim ZAİM.....	72
DISRUPTIVE TECHNOLOGIES AND FUTURE PERSPECTIVE.....	73
Abdül Halim ZAİM.....	73
TÜRKİYE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİK BÜYÜME İÇİN YENİLİKÇİ GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNÜNÜ AÇACAK EĞİTİM VE SOSYAL NORMLARIN DÖNÜŞTÜRÜLMESİ	75
Adel TAYEH	75
Yusuf BALCI.....	75
TRANSFORMING EDUCATION AND SOCIAL NORMS TO UNLOCK INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP FOR SUSTAINABLE ECONOMIC GROWTH IN TÜRKİYE	77



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Adel TAYEH	77
Yusuf BALCI.....	77
AKADEMİSYENLERİN GÖZÜNDEN AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK: BİR METAFOR ÇALIŞMASI	79
Esra KIZILOĞLU	79
ACADEMIC ENTREPRENEURSHIP FROM THE PERSPECTIVE OF ACADEMICS: A METAPHOR STUDY	80
Esra KIZILOĞLU	80
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL FİNANSAL TUTUM VE DAVRANIŞLARININ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ.....	81
Gamze ŞEKEROĞLU.....	81
THE EFFECT OF UNIVERSITY STUDENTS' DIGITAL FINANCIAL ATTITUDES AND BEHAVIORS ON ENTREPRENEURSHIP TENDENCY	83
Gamze ŞEKEROĞLU.....	83
AKILLI SİNYALİZASYON SİSTEMLERİNİN TRAFİK GÜVENLİĞİ VE VERİMLİLİK ÜZERİNDEKİ OLUMLU ETKİSİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA	86
Mustafa ILICALI	86
Muhammed Melikşah ÇAKALOĞLU.....	86
A RESEARCH ON THE POSITIVE IMPACT OF INTELLIGENT SIGNALING SYSTEMS ON TRAFFIC SAFETY AND EFFICIENCY	88
Mustafa ILICALI	88
Muhammed Melikşah ÇAKALOĞLU.....	88
TÜRKİYE VE MİSİR'DA İNOVASYON: ULUSAL KÜLTÜRÜN ROLÜ.....	90
Deena SALEH	90
INNOVATION IN TÜRKİYE AND EGYPT: THE ROLE OF NATIONAL CULTURE.....	92
Deena SALEH	92
GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNİN VE DİJİTAL PAZARLAMA OKURYAZARLIĞIN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ÜZERİNE ETKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNE DAİR BİR SAHA ARAŞTIRMASI	94
Emine Nihan CİCİ KARABOĞA	94



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

THE EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND DIGITAL MARKETING
LITERACY ON ENTREPRENEURSHIP TENDENCY: A FELD STUDY ON UNIVERSITY

STUDENTS	97
Emine Nihan CİCİ KARABOĞA	97
BİYOTEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE ETİK GİRİŞİMCİLİK VE SORUMLU İNOVASYON	100
Gökmen DURMUŞ	100
Zeliha YILDIRIM DURMUŞ	100
RESPONSIBLE INNOVATION: ETHICAL ENTREPRENEURSHIP IN THE BIOTECHNOLOGY SECTOR.....	102
Gökmen DURMUŞ	102
Zeliha YILDIRIM DURMUŞ	102
HAVACILIK SEKTÖRÜNDE YABANCI ÇALIŞANLARIN HAVAYOLU HEDEFLERİNE VE YOLCU SEGMENTİNE ETKİSİ.....	104
Owaim FARIS	104
Hüseyin ARSLAN.....	104
THE IMPACT OF FOREIGN EMPLOYEES IN AVIATION SECTOR ON AIRLINE OBJECTIVES AND PASSENGER SEGMENTS.....	106
Owaim FARIS	106
Hüseyin ARSLAN.....	106
INFLUENCER PAZARLAMANNIN YENİ NESİL ARACI: SANAL INFLUENCER.....	109
Ömer AYDINLIOĞLU	109
Fikriye ÇELİK.....	109
THE NEW GENERATION TOOL OF INFLUENCER MARKETING: VIRTUAL INFLUENCER.....	110
Ömer AYDINLIOĞLU	110
Fikriye ÇELİK.....	110
PAZARLAMA VE YAPAY ZEKÂ KONUSUNDAKİ YAYINLARIN KAVRAMSAL YAPISININ İNCELENMESİ: BİR BİBLİYOMETRİK ANALİZ.....	111
Bora AÇAN.....	111



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

EXAMINATION OF THE CONCEPTUAL STRUCTURE OF PUBLICATIONS ON MARKETING AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS	113
Bora AÇAN	113
İNOVATİF BİR GİRİŞİM OLARAK ELEKTRİKLİ OTONOM ARAÇLARIN ÇOK YÖNLÜ BİR İNCELEMESİ	115
Mehmet Çağrı KIZILTAŞ	115
A MULTIFACETED REVIEW OF ELECTRICAL AUTONOMOUS VEHICLES AS AN INNOVATIVE INITIATIVE	116
Mehmet Çağrı KIZILTAŞ	116
ÜLKE EKONOMİLERİNDE GİRİŞİMCİ FAALİYETLERİN YERİ VE ÖNEMİ: TÜRKİYE ÖZELİNDE BİR ARAŞTIRMA	117
Ömer Faruk ASLAN	117
THE PLACE AND IMPORTANCE OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES IN NATIONAL ECONOMIES: A RESEARCH SPECIFIC TO TÜRKİYE.....	118
Ömer Faruk ASLAN	118
AİLE İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR İNOVASYON VE BAŞARILI GİRİŞİMLER	120
Andaç TOKSOY	120
SUSTANIABLE INNOVATION AND SUCCESSFUL INITIATIVES IN FAMILY BUSINESS	121
Andaç TOKSOY	121
KURUMSAL İŞLETME TEKNOLOJİ GİRİŞİMİ İŞ BİRLİKLERİNİN TEMATİK ANALİZİ: TÜRKİYE GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ BAKIŞ AÇISI.....	122
Merve ÇELİK.....	122
Pınar BÜYÜKBALCI	122
THEMATIC ANALYSIS OF CORPORATE ENTERPRISE-TECHNOLOG VENTURE COLLABORATIONS: A PERSPECTIVE FROM THE TURKISH ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM	124
Merve ÇELİK.....	124
Pınar BÜYÜKBALCI	124
KUR'ÂN VE HADİSLERDE YER ALAN GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİNİN GÜNCELLENMESİ	126



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Abdulhamit BİRİŞİK	126
UPDATING THE EXAMPLES OF ENTREPRENEURSHIP IN THE QUR'AN AND HADITHS ..	128
Abdulhamit BİRİŞİK	128
GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİĞİ: TEŞVİKLER, ZORLUKLAR VE ZORUNLULUKLAR	130
Fatma ŞENSOY	130
IMMIGRANT ENTREPRENEURSHIP: INCENTIVES, CHALLENGES AND OBLIGATIONS ..	131
Fatma ŞENSOY	131
AYAKKABICILIK SEKTÖRÜ İŞLETMELERİNDE YETKİNLİK YÖNETİMİ STRATEJİLERİ .	132
Aynur Begüm ÜNALER	132
Hüseyin ARSLAN.....	132
COMPETENCY MANAGEMENT STRATEGIES IN SHOE INDUSTRY BUSINESSES	133
Aynur Begüm ÜNALER	133
Hüseyin ARSLAN.....	133
FİNANSAL GELİŞİMİŞLİK DÜZEYİNİN BÖLGESEL GİRİŞİMCİLİK FAALİYETLERİ ÜZERİNE ETKİSİ	135
Ahmet Rutkay ARDOĞAN	135
THE IMPACT OF FINANCIAL DEVELOPMENT LEVEL ON REGIONAL ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES.....	137
Ahmet Rutkay ARDOĞAN	137
FİNANSAL TEKNOLOJİLER ÖZELİNDE GELİŞEN TEKNOLOJİLERE İLİŞKİN HUKUKİ DEĞERLENDİRME ESASLARI.....	139
M. Fatih CENGİL.....	139
LEGAL EVALUATION PRINCIPLES REGARDING EMERGING TECHNOLOGIES IN FINANCIAL TECHNOLOGIES	141
M. Fatih CENGİL.....	141
ALMANYA'DA TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİ	143
Kazım KILINÇ.....	143
TURKISH ENTREPRENEURSHIP IN GERMANY.....	145
Kazım KILINÇ.....	145



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

E-DENETİM SİSTEMİNİN HAZİNE VE MALİYE BAKANLIĞININ İNOVASYONU

AÇISINDAN ÖNEMİ.....	147
Doğan BOZDOĞAN.....	147
THE IMPORTANCE OF E-AUDIT SYSTEM FOR THE INNOVATION OF THE MINISTRY OF TREASURY AND FINANCE.....	148
Doğan BOZDOĞAN.....	148
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE ÖZGÜVEN İLE ÖZ LİDERLİK ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ	150
Mehmet DUMAN.....	150
Zeynep AKKUŞ ÇUTUK.....	150
Selman ÇUTUK	150
Mehmet Fatih İNCİBAŞ	150
EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONFIDENCE AND SELF- LEADERSHIP IN UNIVERSITY STUDENTS	152
Mehmet DUMAN.....	152
Zeynep AKKUŞ ÇUTUK.....	152
Selman ÇUTUK	152
Mehmet Fatih İNCİBAŞ	152
SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ ÇALIŞAN PERFORMANSINA ETKİSİ.....	154
Büşra ERBAY	154
Osman BAYRAKTAR	154
EFFECT OF SOCIAL MEDIA ADDICTION ON EMPLOYEE PERFORMANCE	155
Büşra ERBAY	155
Osman BAYRAKTAR	155
EFFORTS TO ESTABLISH AGRICULTURAL ENTREPRENEURSHIP IN THE OTTOMAN EMPIRE (1880-1914)	157
Şefik MEMİŞ	157
Z KUŞAĞINININ E-DEVLET HİZMETLERİNİ KULLANMA NİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	159



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Serap TÜRKYILMAZ.....	159
FACTORS AFFECTING GENERATION Z'S INTENTION TO USE E-GOVERNMENT SERVICES	161
Serap TÜRKYILMAZ.....	161



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Bilgi Notu

İstanbul Ticaret Üniversitesi
Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi
ile
Bilişim Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi

I. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik Sempozyumu
Girişimcilik ve İnovasyon
(20-21 MAY 2024) - İSTANBUL

Günümüzde küreselleşen dünyada iş yaşamının çetin rekabet ortamında iş dünyasının ve ülkelerin varlığını sürdürebilmesi ekonominin motoru olan girişimcilere ve bunların fark oluşturabilmelerine bağlıdır. Dolayısıyla, girişimcilerin yenilikçi bakış açılarını iş dünyasına yansıtmaları ve inovasyon faaliyetlerinde bulunmaları giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu bağlamda, birbirinin tamamlayıcısı olan girişimcilik ve inovasyonun, hem bölgesel hem de küresel anlamda kalkınma ve ekonomik değer yaratılmasında temel dinamikler olduğuna şüphe yoktur.

Bu doğrultuda akademik çalışmaların yanında başta İstanbul Ticaret Odası olmak üzere iş dünyası ve diğer paydaşlarla işbirliğini sürdüren “iş dünyasının üniversitesi” İstanbul Ticaret Üniversitesi “Girişimcilik ve İnovasyon” konulu **I. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik Sempozyumu** düzenleyecektir.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Duyuru Metni (Türkçe)

İstanbul Ticaret Üniversitesi
Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi
ile
Bilişim Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi

I. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik Sempozyumu

Girişimcilik ve İnovasyon

(20-21 MAY 2024) - İSTANBUL

Kıymetli Bilim İnsanları, Girişimciler, Sivil Toplum ve Kamu Kesimi Temsilcileri,

İstanbul Ticaret Üniversitesi Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi ile Bilişim Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi işbirliği ile 20-21 Mayıs 2024 tarihlerinde İstanbul’da Üniversitemizde gerçekleştirilecek olan “Girişimcilik ve İnovasyon” konulu I. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik Sempozyumu, girişimcilik ve inovasyon alanlarından katkı sağlamayı amaçlayan Türkiye’den ve yurtdışından akademisyenlerin, kamu, özel ve STK temsilcilerinin özgün ve bilimsel çalışmalarını paylaşmaları ve alana yönelik yeni bakış açıları sunmaları için fırsat sağlamaktadır.

Sempozyum, yukarıda belirtilen temalara ek olarak, girişimcilik ve inovasyon ile ilgili tüm bilim dallarından özgün çalışmalara açıktır.

Tam metin bildirimler ve özet bildirimler İngilizce ya da Türkçe olabilir. Metin Türkçe ise, İngilizce özet; İngilizce ise Türkçe özet eklenmelidir.

Program akışı için çalışmalarımız devam etmektedir.

İngilizce ve Türkçe dillerde olmak üzere Sempozyuma 40 adet bildiri özeti gelmiştir.

Özet ve tam metin bildirimler ve iletişim için: ulgs@ticaret.edu.tr

Sempozyum web sayfası: <https://ulgs.ticaret.edu.tr/>

Saygılarımızla,
İstanbul Ticaret Üniversitesi
Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi
&
Bilişim Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

SEMPOZYUM TEMALARI

Kadın Girişimciliği	Genç Girişimcilik ve İnovasyon
Sosyal Girişimcilik	Sosyal İnovasyon
Sanat Girişimciliği	Sürdürülebilir İnovasyon
Stratejik Girişimcilik	Açık İnovasyon
İç Girişimcilik	İnovasyon Eğilimleri
Dijital Girişimcilik	Yalın İnovasyon
Kurumsal Girişimcilik	Liderlik ve İnovasyon
Yeşil Girişimcilik	Üniversite-Sanayi İşbirliği ve İnovasyon
Akademik Girişimcilik	Teknolojik İnovasyon
Uluslararası Girişimcilik	Dijital İnovasyon
Yaratıcı Girişimcilik	Pazarlama İnovasyonu
Girişimcilik Esnekliği	Hizmet İnovasyonu
Girişimci Liderlik	İnovasyon ve Ekonomi
Girişimcilik ve Bölgesel Kalkınma	Sosyal Bilimlerde İnovasyon Araştırmaları

ÖNEMLİ TARİHLER:

- Özet Kabul Son Tarihi: 1 Mayıs 2024
- Bildiri Kabul: (7 gün içerisinde cevap verilecektir.)
- Kabul Edilen Bildirilerin Duyurulması: 15 Mayıs 2024
- Sempozyum Tarihi: 20-21 Mayıs 2024
- Katılım Belgeleri Takdimi: 20-21 Mayıs 2024
- Özet Bildiri Kitabı Tarihi: 14 Haziran 2024
- Tam Metin Bildiri Son Teslim Tarihi: 1 Temmuz 2024



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

I. ULUSLARARASI LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK SEMPOZYUMU

“Girişimcilik ve İnovasyon”

(20-21 Mayıs 2024)

Düzenleme Kurulu

Prof. Dr. Yusuf BALCI, Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi
Müdürü, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Prof. Dr. Abdülhalim ZAİM, İstanbul Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Abdulhamit AVŞAR, Rektör V., İstanbul Ticaret Üniversitesi

Prof. Dr. İbrahim SUBAŞI, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Prof. Dr. Rahmi Deniz ÖZBAY, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet Hakan HOCAOĞLU, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Prof. Dr. Necdet ŞENSOY, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Prof. Dr. Murat YÜLEK, Rektör, OSTİM Teknik Üniversitesi

Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Doç. Dr. Sabri ÖZ, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Rozalija RADLİNSKAİTĖ, Head of International Relations and Projects Centre,
Alytaus Kolegija/University of Applied Sciences, Litvanya

Assoc. Prof. Irum SABA, Program Director Institute of Business Administration (IBA)
– Karachi

Dr. Öğr. Üyesi Nihan YAVUZ AKSAKAL, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Güllü BUZUNOĞLU, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Özgür YARAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi

İbrahim ELBAŞI, Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi Müdürü

Bilim ve Danışma Kurulu (Soyadı Alfabetik Sıra)

Prof. Dr. Hamza AKENGİN, Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Osman ALACAHAN, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Nihat ALAYOĞLU, İstanbul Ticaret Odası



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

- Prof. Dr. Kürşat AYAN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
- Prof. Dr. Yusuf BALCI, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Ahmad Najib BURHANI, Chairman of the Institute of Social Sciences and Humanities (ISSH) at the National Research and Innovation Agency (BRIN)
- Prof. Dr. Mehmet Akif CEYLAN, Marmara Üniversitesi
- Prof. Dr. Shofwan Al Banna CHOIRUZZAD, Universitas Indonesia
- Prof. Dr. Oya DAĞLAR MACAR, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. İsmail EKMEKÇİ, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Nazım EKREN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Ali GÖRENER, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Betül GÜR, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Cengiz İPEK, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
- Prof. Dr. Necla Öykü İYİGÜN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Ahmet KALA, İstanbul Üniversitesi
- Prof. Dr. Hamza KANDUR, Antalya Bilim Üniversitesi
- Prof. Dr. Murat KASIMOĞLU, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Orhan KOÇAK, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
- Prof. Dr. Alpaslan KUZUCUOĞLU, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
- Prof. Dr. Talip KÜÇÜKCAN, Endonezya Büyükelçisi
- Prof. Dr. Bedri MERMUT, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Wendi OSINO, Rector of Atma Luhur Institute, Pangkalpinang, Chairman of Technology Innovation of Budi Luhur Foundation
- Prof. Dr. İbrahim SUBAŞI, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Necdet ŞENSOY, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Ahmet ŞİRİN, Marmara Üniversitesi
- Prof. Dr. Fadjar Ibnu THUFAIL, Head of Research Center for Area Studies, the National Research and Innovation Agency (PRW-BRIN), Indonesia
- Prof. Dr. Murat YALÇINTAŞ, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Prof. Dr. Hüseyin YAZICI, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi
- Prof. Dr. Metin YEREBAKAN, Teknopark İstanbul
- Prof. Dr. Abdülhalim ZAIM, İstanbul Teknik Üniversitesi



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

- Doç. Dr. Muhittin ADIGÜZEL, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Doç. Dr. Uğur Yasin ASAL, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Doç. Dr. Mehmet Saim AŞCI, İstanbul Medipol Üniversitesi
- Doç. Dr. Berk AYVAZ, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Doç. Dr. Elif BAYKAL, İstanbul Medipol Üniversitesi
- Doç. Dr. Ahmet KATILMIŞ, Marmara Üniversitesi
- Doç. Dr. Halil KURT, Marmara Üniversitesi
- Doç. Dr. Sabri ÖZ, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Doç. Dr. Hanifi PARLAR, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Assoc. Prof. Irum SABA, Program Director Institute of Business Administration (IBA)
– Karachi
- Doç. Dr. Fatma ŞENSOY, İstanbul Sağlık ve Teknoloji Üniversitesi
- Dr. Mehmet DUMAN, Birleşmiş Kentler ve Yerel Yönetimler Orta Doğu ve Batı Asya
Bölge Teşkilatı (UCLG-MEWA) Genel Sekreteri, Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi
Akademisi Vakfı (WALD) Yönetim Kurulu Başkanı
- Dr. Kazım KILINÇ, Esenyurt Üniversitesi Öğretim Üyesi, Turcomoney Genel Yayın
Yönetmeni
- Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SAĞLAM, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Nihan YAVUZ AKSAKAL, İstanbul Ticaret Üniversitesi
- İbrahim ELBAŞI, Teknoloji Transfer Ofisi
- Sigitas NARUŠEVIČIUS, Director, Alytaus Kolegija/University of Applied Sciences,
Litvanya
- Rozalija RADLİNSKAİTĖ, Head of International Relations and Projects Centre,
Alytaus Kolegija/University of Applied Sciences, Litvanya
- Laima URBONĪENĖ, Head of Applied Research and Non-Formal/ Formal Education
Centre, Alytaus Kolegija/University of Applied Sciences, Litvanya
- Güllü BUZUNOĞLU, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Düzenleme Kurulu Başkanı: Prof. Dr. Yusuf BALCI, ybalci@ticaret.edu.tr

Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Call For Paper (English)

I. INTERNATIONAL LEADERSHIP AND ENTREPRENEURSHIP SYMPOSIUM

Dear Sir/Madam,

In today's globalizing world, the survival of the business world and countries in a constantly competitive environment depends on the entrepreneurs who are the engine of the economy and their ability to create differences in the businesses. Therefore, it is becoming more and more important for entrepreneurs to reflect their innovative perspectives on the business world and to engage in innovation activities. In this context, entrepreneurship and innovation, which are undoubtedly complementary to each other, are the basic dynamics of development and economic value creation, both regionally and globally.

In this framework, in addition to academic studies, **İstanbul Ticaret University**, the "university of the business world", which continues its cooperation with the business world and other stakeholders, especially with the Istanbul Chamber of Commerce, will organize **the 1st International Leadership and Entrepreneurship Symposium on "Entrepreneurship and Innovation"** on 17-18 May 2023. The symposium will be held in cooperation with İstanbul Ticaret University "*Leadership and Entrepreneurship Application and Research Center*" and "*Information Technologies Application and Research Center*".

The aim of the symposium is to contribute to the fields of entrepreneurship and innovation and provide an opportunity for academics, public, private and NGO representatives from Türkiye and abroad to share their original and scientific studies and present new perspectives.

The full text of accepted papers and approved by the jury will be published in the Special Issue of İstanbul Ticaret University Journal of Social Sciences, which is being scanned in the databases of ULAKBİM-TR Index, EBSCOhost Business Source Ultimate, ProQuest, SOBIAD and OpenAIRE.

We expect you to participate in the 1st International Leadership and Entrepreneurship Symposium with your valuable studies and wish you success in your studies.

The themes, explanatory notes and the important dates are mentioned below. You are kindly requested to send your abstract and full text papers to the following address:

<https://ulgs.ticaret.edu.tr/>

Contact: ulgs@ticaret.edu.tr

Best Regards,
İstanbul Ticaret University
Leadership and Entrepreneurship Application and Research Center &
Information Technologies Application and Research Center



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

SYMPOSIUM THEMES

Women's Entrepreneurship	Young Entrepreneurship and Innovation
Social Entrepreneurship	Social Innovation
Art Entrepreneurship	Sustainable Innovation
Strategic Entrepreneurship	Open Innovation
Internal Entrepreneurship	Innovation Trends
Digital Entrepreneurship	Lean Innovation
Corporate Entrepreneurship	Leadership and Innovation
Green Entrepreneurship	University-Industry Cooperation and Innovation
Academic Entrepreneurship	Technological Innovation
International Entrepreneurship	Digital Innovation
Creative Entrepreneurship	Marketing Innovation
Entrepreneurial Flexibility	Service Innovation
Entrepreneurial Leadership	Innovation and Economy
Entrepreneurship and Regional Development	Innovation Studies in Social Sciences

NOTES

- In addition to the above-mentioned themes, the symposium is open to original studies from all disciplines related to entrepreneurship and innovation.
- Abstracts and full-text papers must comply with the spelling rules of Istanbul Ticaret University Journal of Social Sciences (<https://dergipark.org.tr/pub/iticusbe/writing-rules>).
- Full-text papers and abstracts can be in English or Turkish. If the text is in Turkish, English abstract; If it is in English, a Turkish abstract should be added.

IMPORTANT DATES:

- Abstract Acceptance Deadline: 20-21 May 2024
- Paper Acceptance: (Answer will be given within 7 days.)
- Announcement of Accepted Papers: May 15, 2024
- Symposium Date: 20-21 May 2024
- Presentation of Participation Certificates: 20-21 May 2024
- Book of Abstracts: June 14, 2024
- Full Paper Submission Deadline: July 1, 2024



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Sempozyum Programı

**İstanbul Ticaret Üniversitesi
Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi
ve
Bilişim Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi**

I.ULUSLARARASI LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK SEMPOZYUMU

“Girişimcilik ve İnovasyon”

ÖZETLER KİTABI

I.INTERNATIONAL LEADERSHIP AND ENTREPRENEURSHIP SYMPOSIUM

"Entrepreneurship and Innovation"

ABSTRACTS BOOK

(20-21 MAY 2024) – İSTANBUL

Online ve Yüz yüze

Program Akışı

20.05.2024 MONDAY PROGRAM FLOW

OPENING:10.00-11.30

Prof. Dr. Yusuf BALCI, Chairman of the Symposium Organizing Committee

Prof. Dr. Abdulhamit AVŞAR, Rector of İstanbul Ticaret University

Dr. İsrail KURALAY, Chairman of the Board of Trustees İstanbul Ticaret University

KEYNOTE SPEAKER: 10.40-11.30

“ Why Intellectual Property is Important for Entrepreneurship”

Prof. Dr. Muhammed Zeki DURAK, President of TÜRKPATENT Chairman of the Management Board



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Entrepreneurship and Innovation within the Scope of Research and Development

Session Chair: Prof. Dr. Rahmi Deniz ÖZBAY

Session 1: 11.30-13.00

“Üniversitelerde Akademik Ünvanların Elde Edilmesi ve Atanma Kriterlerinde Patent Başvurularını Artırmaya Yönelik Bir Model”

Prof. Dr. Yusuf BALCI, Istanbul Ticaret University

“Türk Dünyası Öğrencilerinin Etkileşimi ve Kaynaşması: “Avrasya’da Kültür Ve Siyaset” Adlı Ortak “Ortak Sınıf” Projesi Uygulaması ve Sonuçları”

Dr. İsrail KURALAY, Istanbul Ticaret University

Asst. Prof. Dr. Zebiniso KAMALOVA, Istanbul Ticaret University

“A Case Study on the Implementation of the Innovation Strategy in the Defense Industry / Savunma Sanayiinde İnovasyon Stratejisinin Uygulanmasına İlişkin Bir Örnek Vaka Çalışması”

Prof. Dr. Murat YALÇINTAŞ, Istanbul Ticaret University

“Dünya’da Yetkinlik ve Dönüşüm Uygulamaları - Gaziantep Model Fabrika Örneği”

Prof. Dr. Necdet ŞENSOY, Istanbul Ticaret University

“Yıkıcı Teknolojiler ve Gelecek Perspektifi”

Prof. Dr. Abdülhalim ZAİM, Istanbul Technical University

LUNCH

Entrepreneurship and Innovation From and Economy Perspective

Session Chair: Prof. Dr. Elçin AYKAÇ ALP

Session 2: 14.15-16.00

“The Strategic Plans of ECOWAS Countries Governments for Entrepreneurship and Innovation: A Study in Political Economy Analysis”

Graduate Student Mamadu Aliu SO, Eskisehir Osmangazi University

“Generative Entrepreneurship in a Balanced Economy”

Prof. Dr. Tariquillah KHAN, INCEIF University Malaysia

“Transforming Education and Social Norms to Unlock Innovative Entrepreneurship for Sustainable Economic Growth in Türkiye”

Adel TAYEH, Istanbul Ticaret University

Prof. Dr. Yusuf BALCI, Istanbul Ticaret University



**İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ**

“Akademisyenlerin Gözünden Akademik Girişimcilik: Bir Metafor Çalışması”
Assoc. Prof. Dr. Esra KIZILOĞLU, Selcuk University

“Üniversite Öğrencilerinin Dijital Finansal Tutum ve Davranışlarının Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi”
Assoc. Prof. Dr. Gamze ŞEKEROĞLU, Selcuk University

“Dijital Girişimcilik ve İnovasyon Sistemleri: Gelişmekte Olan Ülkeler Perspektifinden Bir Tartışma”
Assoc. Prof. Dr. Kazım KARABOĞA, Necmettin Erbakan University

BREAK

Autonomous Systems - Entrepreneurship and Innovation
Session Chair: **Prof. Dr. Yusuf BALCI**
Session 3: 16.00-17.45

“Akıllı Sinyalizasyon Sistemlerinin Trafik Güvenliği ve Verimlilik Üzerindeki Olumlu Etkisine İlişkin Bir Araştırma”
Prof. Dr. Mustafa ILICALI, Istanbul Ticaret University

“Why is the Choice of a Legal Structure a Dissonance Trap for Social Entrepreneurs?”
Postdoctoral Researcher Mohammad Mohsen LIAQAT, University of Porto
Asst. Prof. Dr. Teresa PROENCA, University of Porto

“Innovation in Türkiye and Egypt: The Role of National Culture”
Dr. Deena SALEH, Piri Reis University

“Girişimcilik Eğitiminin ve Dijital Pazarlama Okuryazarlığın Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Dair Bir Saha Araştırması”
Assoc. Prof. Dr. Emine Nihan Cici KARABOĞA, Necmettin Erbakan University

“Responsible Innovation: Ethical Entrepreneurship in the Biotechnology Sector”
Dr. Gökmen DURMUŞ, Gaziantep University
Asst. Prof. Dr. Zeliha YILDIRIM DURMUŞ, Gaziantep University

“The Impact of Foreign Employees in Aviation on Airline Objectives and Passenger Segments”
Owaim FARIS, Istanbul Ticaret University
Assoc. Prof. Dr. Hüseyin ARSLAN, Istanbul Ticaret University



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

21.05.2024 TUESDAY PROGRAM FLOW

Entrepreneurship and Innovation from a Marketing Perspective
Session Chair: Prof. Dr. Necdet ŞENSOY

Session 1: 10.00-11.30

“Influencer Pazarlamının Yeni Nesil Aracı: Sanal Influencer”

Assoc. Prof. Dr. Ömer AYDINLIOĞLU, Cumhuriyet University

Asst. Prof. Dr. Fikriye ÇELİK, Cumhuriyet University

“Pazarlama ve Yapay Zekâ Konusunda Yapılmış Yayınların Kavramsal Yapısının İncelenmesi: Bir Bibliyometrik Analiz”

Asst. Prof. Dr. Bora AÇAN, Yalova University

“İnovatif Bir Girişim Olarak Elektrikli Otonom Araçların Çok Yönlü Bir İncelemesi”

PhD Student Mehmet Çağrı KIZILTAŞ, Istanbul Ticaret University

“Sağlık Girişimcilerinin Pazarlama Alanında Karşılaştığı Zorluklar: Nitel Bir Çalışma”

Graduate Student Sevim KULCU, Istanbul Ticaret University

Graduate Student Mustafa ÖZEN, Istanbul Ticaret University

“Ülke Ekonomilerinde Girişimci Faaliyetlerin Yeri ve Önemi: Türkiye Özelinde Bir Araştırma”

Dr. Ömer Faruk ASLAN, Atatürk University

BREAK

Entrepreneurship and Innovation in Terms of Business Management

Session Chair: Asst. Prof. Nihan YAVUZ AKSAKAL

Session 2: 11.30-13.00

“Aile İşletmelerinde Sürdürülebilir İnovasyon ve Başarılı Girişimler”

Asst. Prof. Dr. Andaç TOKSOY, Istanbul Kültür University

“Kurumsal İşletme Teknoloji Girişimi İş Birliklerinin Tematik Analizi: Türkiye Girişimcilik Ekosistemi Bakış Açısı”

Res.Asst. Merve ÇELİK, Istanbul Ticaret University

Assoc. Prof. Dr. Pınar BÜYÜKBALCI, Yıldız Technical University

“Kur'ân ve Hadislerde Yer Alan Girişimcilik Örneklerinin Güncellenmesi”

Prof. Dr. Abdulhamit BİRİŞİK, Marmara University



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

“Göçmen Girişimciliği: Teşvikler, Zorluklar ve Zorunluluklar”

Assoc. Prof. Dr. Fatma ŞENSOY, Istanbul Health and Technology University

“Ayakkabıcılık Sektörü İşletmelerinde Yetkinlik Yönetimi Stratejileri”

Graduate Student Aynur Begüm ÜNALER, Istanbul Ticaret University

Assoc. Prof. Dr. Hüseyin ARSLAN, Istanbul Ticaret University

LUNCH

Entrepreneurship and Innovation from a Financial and Legal Perspective

Session Chair: Prof. Dr. İbrahim SUBAŞI

SESSION 3: 14.15-15.45

“Finansal Gelişmişlik Düzeyinin Bölgesel Girişimcilik Faaliyetleri Üzerine Etkisi”

Asst. Prof. Dr. Ahmet Rutkay ARDOĞAN, Istanbul Beykent University

“Finansal Teknolojiler Özelinde Gelişen Teknolojilere İlişkin Hukuki Değerlendirme Esasları”

Asst. Prof. Dr. M. Fatih CENGİL, Istanbul Ticaret University

“Türk Girişimciliğinde Almanya Örneği”

Asst. Prof. Dr. Kazım KILINÇ, Istanbul Esenyurt University

“Kadın İstihdamının Artırılması Anlamında İnovasyonun Sağlanmasına Yönelik Hukuksal Yaklaşımlar”

Asst. Prof. Dr. Özgür BAŞYİĞİT, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

“E-Denetim Sisteminin Hazine ve Maliye Bakanlığının İnovasyonu Açısından Önemi”

Assoc. Prof. Dr. Doğan BOZDOĞAN, Tokat Gaziosmanpaşa University

BREAK

Interdisciplinary Entrepreneurship and Innovation

Session Chair: Assoc. Prof. Hüseyin ARSLAN

SESSION 4: 15.45-17.30

“Üniversite Öğrencilerinde Özgüven ile Öz Liderlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”

Dr. Mehmet DUMAN, UCLG-MEWA (United Cities and Local Governments Middle East and West Asia Section)

Assoc. Prof. Dr. Zeynep AKKUŞ ÇUTUK, Trakya University

Asst. Prof. Dr. Selman ÇUTUK, Istanbul Esenyurt University

Res. Asst. Mehmet Fatih İNCİBAŞ, Istanbul Esenyurt University



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

“Sosyal Medya Bağımlılığının Çalışan Performansına Etkisi”

Büşra ERBAY, Istanbul Ticaret University

Assoc. Prof. Dr. Osman BAYRAKTAR, Istanbul Ticaret University

“Ahilikte İnovasyon Örneği olarak Müteşebbis Ahi Evran tarafından İcat Edilerek Sistemleştirilen Kümelenerek Üretime Dayalı Sınai Mülkiyet Hakları Sisteminin Doğuşu ve Anadolu Sanayi Devrimi'nin Başlaması”

Prof. Dr. Ahmet KALA, Istanbul University

“Osmanlı'da Tarımsal Girişimcilik Oluşturma Çalışmaları (1880-1914)”

Assoc. Prof. Dr. Şefik MEMİŞ, Istanbul Ticaret University

“Z Kuşağınının E-Devlet Hizmetlerini Kullanma Niyetini Etkileyen Faktörler”

Dr. Serap TÜRKYILMAZ

“Main Conclusions of the Symposium”

Prof. Dr. Yusuf BALCI, Istanbul Ticaret University



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Dijital Mecra Linkleri

Duyuru Linkleri

<https://ulgs.ticaret.edu.tr/kurullar/>

<https://ticaret.edu.tr/istanbul-ticaret-universitesinde-girisimcilik-ve-inovasyonun-gelecegi-sekilleniyor/>

<https://ticaret.edu.tr/bilisim-teknolojileri-uygulama-arastirma-merkezi/2024/04/30/i-uluslararasi-liderlik-ve-girisimcilik-sempozyumu/>

<https://events.cu.edu.tr/event/2677/>

<https://kaybimer.erciyes.edu.tr/tr/duyuru-detay/i-uluslararasi-liderlik-ve-girisimcilik-sempozyumu-duyurusu>

Sosyal Medya Linkleri

<https://x.com/ticaretedutr/status/1792500467190161533>

https://www.facebook.com/photo.php?fbid=588657506636102&id=100064755727104&set=a.487771626724691&_rdr



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

ÖNSÖZ

Girişimcilerin yenilikçi bakış açılarını iş dünyasına yansıtmaları ve inovasyon faaliyetlerinde bulunmaları çetin bir küresel rekabetin yaşandığı günümüz ekonomilerinde giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu bağlamda, birbirinin tamamlayıcısı olan girişimcilik ve inovasyonun, hem bölgesel hem de küresel anlamda kalkınma ve ekonomik değer yaratılmasında temel dinamikler olduğuna şüphe yoktur. İstanbul Ticaret Üniversitesi Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi olarak liderlik ve girişimcilikle ilgili konular arasında inovasyon, özel olarak önem verdiğimiz, çok sayıda konuşmacı davet ettiğimiz, patent ve sınai mülkiyet konularındaki eğitim çalışmaları gibi faaliyetlerde bulunduğumuz alanların başında gelmektedir.

Bu doğrultuda Merkez olarak yine üniversitemizin Bilişim Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi'yle birlikte 20-21 Mayıs 2024 tarihlerinde İstanbul'da Üniversitemizde "Girişimcilik ve İnovasyon" konulu I. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik Sempozyumu'nu düzenlemeye karar verdik. Sempozyumun temel amacını, girişimcilik ve inovasyonun farklı yönlerini ele alarak, bu alanlarda yerli ve yabancı uzman isimlerin görüşlerini ve deneyimlerini akademik çevrelerle ve kamuoyuyla paylaşmak olarak ifade edebiliriz. Bu amaç çerçevesinde kurullarımız, özellikle Sempozyum Düzenleme Kurulumuz sürekli olarak toplanarak Sempozyumun organizasyonel ve akademik-nitel boyutlarını titizlikle takip etti.

Birçok mecradan duyurusunu yaptığımız etkinliğimize yüksek bir teveccüh oldu. Yurtiçinden ve yurtdışından gönderilen 41 tebliğ hakem değerlendirmeleri sonucunda kabul edilerek sempozyumda çoğunluğu yüz yüze gerçekleşen oturumlarda Türkçe/İngilizce olarak sunuldu. İşte bu çalışmaların özetleri yayınlanarak tüm ilgililerin istifadesine sunulmaktadır.

Bu vesileyle Endonezya, Litvanya, Pakistan, İngiltere gibi ülkelere tebliğ sunarak ya da kurullarımızda yer alarak Sempozyumumuza destek olan akademisyenlere ve araştırmacılara özellikle teşekkür ederim. Keza tüm süreçte her tür desteği sağlayan Rektörümüz Prof. Dr. Abdülhamit Avşar'a, Sempozyumumuzun açılışına katılarak bizleri onurlandıran ve tebliğ sunan Mütevelli Heyeti Başkanımız Dr. İsrail Kuralay'a, yine yoğun



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

programı arasında Sempozyuma ana konuşmacı olarak katılarak önemli katkı sunan TÜRK PATENT Başkanı Prof. Dr. Muhammet Zeki Durak'a, ayrıca sıkıştığımız her süreçte sağladığı çok hızlı çözümlerle her tür desteği veren Üniversitemiz Genel Sekreteri Erdal Cesar'a ve idari personelimize huzurlarınızda teşekkür ederim. Sempozyumun düzenlenmesinde büyük katkıları olan, başta Merkez Müdür Yardımcısı ve Düzenleme Kurulu Başkan Yardımcısı Dr. Öğr. Üyesi Nihan Yavuz Aksakal, Prof. Dr. Necdet Şensoy, Prof. Dr. İbrahim Subaşı, Doç. Dr. Hüseyin Arslan, Doç. Dr. Sabri Öz olmak üzere Düzenleme Kurulu üyelerimize, dışarıdan destek olan Endonezya Büyükelçimiz Prof. Dr. Talip Küçükcan, Türk Devletleri Parlamenter Asamblesi Genel Sekreteri Mehmet Süreyya Er ve OSTİM Teknik Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Murat Yülek ve burada ismini zikredemediğim akademisyen arkadaşlarımıza, fedakârca çalışan idari personelimiz Güllü Buzunoğlu, M. Özgür Yaran, Merve Tokel ve M. Çağrı Kızıldaş arkadaşlarımıza gönülden teşekkür ederim. Tabii ki Sempozyumun asıl ürünlerini ortaya koyan tebliğ sahiplerine, değerlendirme hakemlerimize, oturum başkanlarımıza, değerli katılımcılara ve tüm katkıda bulunanlara teşekkür ederim. Ayrıca Özetler Kitabının yayınlanmasında büyük emeği olan Prof. Dr. Necdet Şensoy, Prof. Dr. İbrahim Subaşı, Doç. Dr. Hüseyin Arslan, Güllü Buzunoğlu ve Emil Ateş Topçu'ya teşekkür ederim.

Sempozyumumuzun ve yayınlanan Özetler Kitabımızın Türkiye bilim hayatı ve ekonomimize, iş dünyamıza hayırlı olmasını dilerim.

Prof. Dr. Yusuf BALCI

Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü
Sempozyum Düzenleme Komitesi Başkanı



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

PREFACE

It is becoming increasingly important for entrepreneurs to reflect their innovative perspectives to the business world and to engage in innovation activities in today's economies where a sharp global competition is experienced. In this context, there is no doubt that entrepreneurship and innovation, which are complementary to each other, are the basic dynamics in creation of development and economic value, both regionally and globally. As Istanbul Commerce University Leadership and Entrepreneurship Application and Research Centre, innovation is one of the areas that we attribute special importance. We hosted many speakers, and carried out activities such as training on patent and industrial property issues and so on.

In this direction, as the Centre, we decided to organise the 1st International Leadership and Entrepreneurship Symposium on "Entrepreneurship and Innovation" at our University in Istanbul on 20-21 May 2024 together with the Information Technologies Application and Research Centre of our university. We can express the main purpose of the symposium as sharing the views and experiences of local and foreign experts in these fields with academic circles and the public by addressing different aspects of entrepreneurship and innovation. Within the framework of this purpose, our boards, especially the Symposium Organising Committee met continuously and meticulously followed the organisational and academic-qualitative issues concerning the Symposium.

There was a high level of interest in our event, which we announced through many channels. Forty-one papers sent from Türkiye and abroad were accepted after the referee evaluations and they were presented in Turkish/English in the symposium, mostly in face-to-face sessions. The summaries of these studies are published and presented to the benefit of all interested parties in this book.

On this occasion, I would like to take this opportunity to thank the academics and researchers from countries such as Indonesia, Lithuania, Pakistan and the UK who supported our Symposium by presenting papers or taking part in our committees. Likewise, I would like to thank our Rector Prof. Dr. Abdülhamit Avşar for providing all kinds of support throughout the whole process, our Chairman of the Board of Trustees Dr. İsrail Kuralay for honouring us by attending the opening of our Symposium and presenting a paper, Prof. Dr. Muhammet Zeki Durak, President of TURKPATENT, who made an important contribution by attending the Symposium as the keynote speaker, and Erdal Cesar, General Secretary of our University, who provided all kinds of support with very fast solutions whenever we had a problem, and our



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

administrative staff. I would like to express my gratitude to Assist. Prof. Dr. Nihan Yavuz Aksakal, Deputy Director of the Leadership and Entrepreneurship Application and Research Centre and Vice President of the Organising Committee and the members of the Committee Prof. Dr. Necdet Şensoy, Prof. Dr. İbrahim Subaşı, Assoc. Prof. Dr. Hüseyin Arslan, who made great contributions to the organisation of the symposium. Our thanks go also to Assoc. Prof. Dr. Sabri Öz, Ambassador of Republic of Türkiye to Indonesia Prof. Dr. Talip Küçükcan, Secretary General of the Parliamentary Assembly of Turkic States Mehmet Süreyya Er and the Rector of OSTİM Technical University Prof. Dr. Murat Yülek, and fellow academicians whose names I cannot mention here. I also thank our administrative staff Güllü Buzunoğlu, M Özgür Yaran, Merve Tokel and M. Çağrı Kızıltaş, who worked devotedly. Of course, I would like to thank the owners of the papers, our evaluation referees, session chairs, valuable participants and all contributors who put forward the actual products of the Symposium.

I wish that our Symposium and the published Book of Abstracts will be beneficial to Türkiye's scientific life, economy and business world.

Prof. Dr Yusuf BALCI

Director of Leadership and Entrepreneurship Application and Research Centre
Chairman of the Symposium Organising Committee



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

AÇILIŞ KONUŞMALARI

Prof. Dr. Yusuf Balcı

Sempozyum Düzenleme Kurulu Başkanı,

Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü

Sayın Mütevelli Heyet Başkanım, Sayın Rektörüm, Sayın Türk Patent ve Marka Kurumu Başkanım, Sayın Rektör Yardımcım, değerli hocalarım, sivil toplum kuruluşlarının yöneticileri, sevgili öğrenciler, değerli katılımcılar; “iş dünyasının üniversitesi” olan İstanbul Ticaret Üniversitesi bünyesindeki Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi olarak Bilişim Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi işbirliği ile düzenlediğimiz “Girişimcilik ve İnovasyon” konulu **I. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik** Sempozyumu’na hoş geldiniz diyor, hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Merkez olarak etkinliğimizin adını **I. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik** Sempozyumu olarak belirledik. Evet, “birinci” dedik. Zira bu bir başlangıçtır, ancak sempozyumlarımızın ulusal ve uluslararası düzeylerde -yılıda ya da iki yılda bir- devam ettirilmesini ümit ediyoruz. Sempozyum konusunu da “Girişimcilik ve İnovasyon” şeklinde belirledik.

Ülkelerin ekonomik olarak gelişmesinde girişimcilerin rolü malumlarımızdır. Değişen ve küreselleşen dünyada ekonominin en dinamik unsuru olan girişimcilerin önemi daha da artmaktadır. Dünya sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecini yaşarken fark oluşturma ve farklılık en fazla öne çıkan unsur haline gelmiştir. Küreselleşen dünyada hızla değişen teknolojilerin geliştirilmesi, yeni süreçlerin ve üretim, pazarlama ve iş yöntemleriyle birlikte yeni ürünlerin, mal ve hizmetlerin geliştirilmesi, bir başka ifadeyle inovasyon ya da yenilikçilik ekonomik gelişmeyi ve her şeyden önce işletmelerin ekonomik olarak rekabette hayatiyetini koruyabilmeyi belirlemektedir. Kısacası, girişimcilerin yenilikçi bakış açılarını iş dünyasına yansıtmaları ve inovasyon faaliyetlerinde bulunmaları çetin bir küresel rekabetin yaşandığı günümüz ekonomilerinde giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu bağlamda, birbirinin tamamlayıcısı olan girişimcilik ve inovasyonun hem bölgesel hem de küresel anlamda kalkınma ve ekonomik değer yaratılmasında temel dinamikler olduğuna şüphe yoktur.



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

Sempozyumda benim de iki tebliğim olacak, konuyla ilgili konuşma fırsatlarım olacak, o yüzden burada Sempozyumla ilgili bazı genel hususlara değinmekle iktifa edip bu oturumda konuşacak Sayın Rektörümüz, Mütevelli Başkanımız -ki kendilerinin de ayrıca bir tebliği olacaktır- ve ana konuşmacı olan TÜRKPATENT Başkanına daha fazla zaman bırakmak istiyorum.

İki tam gün sürecek Sempozyumda 7 oturumda 41 tebliğ sunulacaktır. Aslında Sempozyuma 50 civarında bildiri gönderilmiş, bunlardan 41'i kabul edilmiştir. Dolayısıyla program oldukça yoğun; oturum başkanlarımıza Allah'tan kolaylık diliyorum. Belirli oturumlar ise İngilizce-Türkçe şeklinde yürütülecek olup bunlar için simultane tercüme yapılacaktır. Sanıyorum kulaklıkları kapıdan bazı arkadaşlarımız aldılar. Bazı katılımcılar ise sunumlarını online gerçekleştirecektir.

Bu vesileyle Endonezya, Litvanya, Pakistan, İngiltere gibi ülkelerden tebliğ sunarak ya da kurullarımızda yer alarak Sempozyumumuza destek olan akademisyenlere ve araştırmacılara özellikle teşekkür ederim. Keza tüm süreçte her tür desteği sağlayan Rektörümüze, Sempozyumumuzun açılışına katılarak bizleri onurlandıran ve hatta tebliğ sunan Mütevelli Başkanımıza, yine yoğun programı arasında Sempozyuma ana konuşmacı olarak katılarak önemli katkı sunan TÜRKPATENT Başkanına, ayrıca sıkıştığımız her süreçte sağladığı çok hızlı çözümlerle her tür desteği veren Genel Sekreterimize ve idari personelimize huzurlarınızda teşekkür ederim. Sempozyumun düzenlenmesinin her aşamasında büyük katkıları olan, başta Merkez Müdür Yardımcısı ve Düzenleme Kurulu Başkan Yardımcısı Dr. Öğr. Üyesi Nihan Yavuz Aksakal, Prof. Dr. Necdet Şensoy, Prof. Dr. İbrahim Subaşı, Doç. Dr. Hüseyin Arslan olmak üzere Düzenleme Kurulu üyelerimize, dışarıdan destek olan Endonezya Büyükelçimiz Prof. Dr. Talip Küçükcan ve burada ismini zikredemediğim akademisyen arkadaşlarımıza, fedakârca çalışan idari personelimiz M. Özgür Yaran, Merve Gırgırlar Tokel, M. Çağrı Kızıldaş ve Güllü Buzunoğlu arkadaşlarımıza gönülden teşekkür ederim. Tabii ki Sempozyumun asıl ürünlerini ortaya koyan tebliğ sahiplerine, değerlendirme hakemlerimize, oturum başkanlarımıza ve siz değerli katılımcılara teşekkür ederim. Sempozyumumuzun Türkiye bilim hayatı ve ekonomimize, iş dünyamıza hayırlı olmasını diliyorum.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Prof. Dr. Abdulhamit AVŞAR
İstanbul Ticaret Üniversitesi Rektör

Sayın ...

Hoşgeldiniz.

Bilindiği gibi hayatın temeli eyleyebilmek üzerine kuruludur. Bu sebeple sahneye konulamamış, metne dökülememiş, fiiliyata geçirilememiş düşünceler yok hükmündedir denilebilir. Bunun içindir ki harekete geçebilme, düşündüğünü yapabilme var olabilmenin, değer üretebilmenin temel şartlarındandır. Bu yönüyle hareket ve girişimcilik arasında sıkı bir ilişki vardır ve birbirine içkin nitelik taşır. Hareket, bir yerden başka bir yere geçişi, değişimi ve dinamizmi ifade eder.

Girişimcilik de bir iş fikrini hayata geçirmek için adım atmayı, değişim yapmayı ve sürekli ilerlemeyi içerir. Girişimciler, sabit kalmak yerine sürekli olarak yeni fırsatlar ve yenilikler peşinde koşma durumundadırlar, yani hareketlilik ayakta kalabilmenin vaz geçilemez unsurudur. Yine hareketin bir yönü ve hedefi olması, bir yerden bir başka yere doğru gerçekleşme gerekliliği gibi, Girişimcilik de belirli hedeflere ulaşmak için çalışırlar.

Hareket, esnekliği ve çevikliği, lazım olduğunda farklı yönlere hızlıca dönebilme yeteneğini içerir. Girişimcilikte de çeviklik ve esneklik önemlidir. Girişimciler, beklenmedik zorluklar ve fırsatlar karşısında hızlı kararlar alarak stratejilerini değiştirebilmelidirler. Aynı şekilde, suya atılan bir taşın oluşturduğu hareketin dalga dalga genişlemesi gibi, küçük bir başlangıç hareketi, zamanla büyük bir harekete dönüşebildiği gibi Girişimcilik de genellikle küçük bir fikir veya teşebbüsle başlar ve zamanla büyüyerek büyük bir işletmeye dönüşebilir.

Görüldüğü gibi, hareket kavramıyla girişimcilik temel unsurları, dinamik doğası ve sürekli ilerlemeyi öngörmesiyle büyük benzerlik ve paralellik gösterir. Diğer yandan hareket ve girişim olgusu, Türk düşünce ve anlayışının kadim unsurlarındandır. Türklerin evren, doğa, hayat ve ölüm gibi kavramlara dair inançlarını ve anlayışlarını



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

içeren bir düşünce sistemi olan Türk kozmonolojisinde bu olguların önemli bir yeri vardır. Türk mitolojisinde yer alan birçok efsane ve destan, hareket kavramını işler. Kahramanların uzun yolculukları, savaşları ve maceraları hem fiziksel hem de ruhsal hareketin önemini vurgular. Aynı şekilde Türk sanatında karşımıza çıkan döngüsel ve akıcı desenler bu anlayışın simgesel anlatımlarıdır.

Bu hayat anlayışı, aynı zamanda ekonomik ve sosyal hareketliliği de beraberinde getirir. Ticaret, hayvancılık ve diğer ekonomik faaliyetler de söz konusu hareketlilik anlayışının bir parçasıdır. Girişimcilik kavramı da Türk kültüründe benzer bir öneme sahiptir. Tarihi, ekonomik ve toplumsal çeşitli bağlamlarda kendini gösterir. Örneğin, Selçuklular'ın Anadolu'ya taşıdıkları Ahilik anlayışı, girişimciliğin Türk sosyal hayatındaki erken bir örneğidir. Nitekim Ahilik, Türklerin dünya tefekkürüne uygun olarak, girişimciliği saf bir “eylemek”ten çıkarıp onu bir değer etrafında şekillendiren, bu anlamda, iş ahlakına dayalı bir anlayışla ticaretin düzenlenmesi ve esnafar arası dayanışmayı teşvik eden bir sistem olarak uzun yüzyıllar varlığını sürdürmüştür. Bugün de izleri kaybolmamış, tefekkür olarak var olmaya hep devam etmiştir.

Ahilik örneğinde olduğu gibi, ticari girişim fikrini uygulamaya geçirirken bir değer üzerine inşa etme anlayışı, Malazgirt öncesi, durma noktasına gelmiş Anadolu ekonomisini canlandırmış; kısa zamanda yeniden önemli ticaret yollarının kesiştiği bir hale coğrafya haline getirmiştir. Bu mirası devralan Osmanlı İmparatorluğu da ticaret ağını aynı anlayışla genişletmiş, İstanbul, İzmir ve Bursa gibi şehirler, ticaretin ve girişimciliğin merkezi olmuştur. Bugün de Türkiye'nin en çok ihtiyaç duyduğu şeylerden biri hareket duygusunu, girişimcilik arzusunu güçlendirme, bunu belli bir değer anlayışı üzerine inşa edebilmedir. Çünkü, ifade edildiği gibi Girişimcilik, Türk kültüründe köklü bir geçmişe ve önemli bir yere sahiptir. Tarihsel olarak güçlü hareket ve girişimcilik geleneklerine dayanan Türkiye, bu mirası modern yöntem ve araçlarla destekleyerek hem gelişmesini hızlandırabilir hem de değer eksenli bir girişimcilik modeli ortaya koyabilir.



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

Bu bağlamda Türkiye'nin genç ve dinamik nüfusu büyük bir avantajıdır. Gençler arasında değer eksenli girişimcilik ruhunun yaygınlaşması, inovasyon ve yaratıcı fikirlerin artmasını sağlayacağı gibi dünyanın yok edici rekabetten uzaklaşarak birlikte var olma anlayışının yaygınlaşmasına da yardımcı olabilir. Elbette, burada üniversitelere de önemi görevler düşmektedir.

Bu anlamda üniversitelerde öğrencilerin yenilikçi ve yaratıcı düşünme becerilerini geliştirmeye yönelik bir girişimcilik eğitimi verilmesi, öğrencilerin problem çözme yeteneklerini artırılması ve farklı bakış açıları kazanmalarının sağlanması çok önemlidir.

Öğrenciler, kendi projelerini yönetme ve ekip çalışması yapmayı öğrenebilmeli; özgüven, risk alma cesareti ve adaptasyon becerilerini geliştirebilmelidir. Öğrencilere başarısızlıklardan ders alma ve belirsizliklerle başa çıkma becerisi kazandırılmalıdır. Ama bütün bunların yanında öğrendiklerini belli bir değer anlayışı içinde hayata geçirebilmeleri bilgisini verebilmek de çok önemlidir. Bu vesileyle katılımlarınız için teşekkür ederim



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Dr. İsrail KURALAY

İstanbul Ticaret Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı

Saygıdeğer konuklar,

Değerli akademisyenler,

Sevgili öğrenciler ve girişimcilik ruhunu içinde taşıyan herkes,

İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin ev sahipliğinde gerçekleşen bu değerli sempozyumda sizlerle bir arada olmaktan büyük bir onur ve mutluluk duyuyorum. Bugün burada, 1. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik Sempozyumu'nun açılışını yapmak üzere bir araya gelmiş bulunuyoruz. Bu sempozyum, girişimcilik ve inovasyonun sadece ekonomik bir kavram olmadığını, aynı zamanda toplumsal bir dönüşüm aracı olduğunu vurgulamak için bir fırsat olduğunu düşünüyorum.

Girişimcilik, cesaretin ve yaratıcılığın birleştiği, sınırları zorlayan ve yeni ufuklar açan bir yolculuktur. İnovasyon ise bu yolculuğun vazgeçilmez rehberidir. Kadın Girişimciliğinden Yeşil Girişimciliğe, Dijital İnovasyondan Sosyal Bilimlerde İnovasyon Araştırmalarına kadar geniş bir yelpazede ele alınacak olan temalar, bu sempozyumun zenginliğini ve kapsamlılığını ortaya koymaktadır.

Genç Girişimcilik ve İnovasyon, geleceğimizin teminatı olan gençlerimizin önünü açacak, onlara ilham verecek ve onları destekleyecek projelerin tartışılacağı bir platform sunmaktadır. Sosyal Girişimcilik, toplumsal sorunlara yenilikçi çözümler üreterek, sürdürülebilir bir dünya için çalışmaktadır. Sanat Girişimciliği, yaratıcılığın ve estetiğin ekonomiyle buluştuğu noktada, yeni bir perspektif sunmaktadır.

Bu sempozyum, aynı zamanda üniversitemizin en önem verdiği noktalardan biri olan Üniversite-Sanayi iş birliğinin önemini vurgulayan bir platformdur. Bildiğiniz üzere İTO olarak hayata geçirdiğimiz Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi ve Teknopark İstanbul işbirlikleriyle girişimcilere farklı hizmetler sunuyoruz. Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi'nde farklı alanlardaki girişimcilere koçluk, çalışma alanları, yatırımcı



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

buluşmaları gerçekleştirirken ticari hayatta rotalarını nasıl çizmeleri gerektiğine dair yol gösterici olduk ve olmaya devam ediyoruz. Diğer taraftan Teknopark İstanbul'da ise girişimcilerin ihtiyaç duydukları teknolojik alt yapılar sunularak, girişimcilerin kendilerini geliştirmeleri sağlanıyor. İTO aynı zamanda yerli ve milli teknoloji markalarının doğup büyümesi için gerekli tüm çalışmaları Teknopark İstanbul'da gerçekleştiriyor. İTO olarak elimizi taşın altına koymaktan hiçbir zaman çekinmedik, çekinmemeye de devam edeceğiz.

Akademik bilginin sanayi ile buluşması, teorinin pratiğe dönüşmesi, bilimin ve teknolojinin hayatımıza dokunan yönlerini keşfetmemizi sağlar. Teknolojik İnovasyon, hızla değişen dünyamızda rekabet avantajı sağlamanın ve sürdürülebilir başarıya ulaşmanın anahtarıdır. Liderlik ve İnovasyon, birbirini tamamlayan iki önemli unsurdur. Liderler, vizyonlarıyla yön gösterirken, inovasyon, bu vizyonun gerçekleşmesini sağlayan araçtır. Girişimci Liderlik, bu sempozyumun odak noktalarından biri olarak, liderlerin girişimcilik yeteneklerini nasıl geliştirebileceklerine dair önemli içgörüler sunacaktır.

Değerli katılımcılar,

Bu sempozyumun, girişimcilik ve inovasyon alanında yeni fikirlerin, projelerin ve iş birliklerinin doğmasına vesile olmasını diliyorum. Burada yapılacak olan tartışmaların, bilgi alışverişinin ve deneyim paylaşımının, hepimizin ufuklarını genişletmesini ve yeni başlangıçlara ilham vermesini umuyorum.

Hepinize verimli ve başarılı bir sempozyum geçirmenizi temenni eder, saygılarımı sunarım.



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

SEMPOZYUM SONUÇ BİLDİRİSİ

İstanbul Ticaret Üniversitesi Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi olarak Bilişim Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi işbirliği ile İstanbul'da Üniversitemizin Söğütözü yerleşkesinde 2 tam gün (20-21 Mayıs 2024) süren “Girişimcilik ve İnovasyon” konulu “I. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik Sempozyumu”nu başarıyla gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşıyoruz.

İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin ev sahipliğinde Endonezya, Litvanya, Pakistan, Portekiz, İngiltere gibi çeşitli ülkelerden akademisyenlerin katılım ve katkılarıyla gerçekleşen etkinlik, Sempozyum Düzenleme Kurulu Başkanı olarak benim (Prof. Dr. Yusuf Balcı), İstanbul Ticaret Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Abdülhamit Avşar, İstanbul Ticaret Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanı Dr. İbrahim Kuralay'ın açılış konuşmaları ile başladı. TÜRKPATENT Başkanı Prof. Dr. Muhammed Zeki Durak'ın Ana Konuşmacı olarak yaptığı sunumla başlayan iki gün süren sempozyumda 7 farklı temalı oturumda toplam 37 bildiri sunumu Türkçe/İngilizce dillerinde gerçekleşti. Kabul edilen ve jüri tarafından uygun görülen bildiriler İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin Özel Sayısında yayınlanacak.

Sempozyum, girişimcilik ve inovasyonun farklı yönlerini ele alarak, bu alanlarda yerli ve yabancı alanında uzman isimlerin görüşlerini ve deneyimlerini katılımcılarla paylaşmasını sağladı. Sempozyumda savunma sanayi gibi sektörel konuların yanında sınai mülkiyet hakları, üniversitelerin patent katkılarını artırmaya yönelik somut bir model teklifi, üretimde inovasyon, girişimcilik eğilimi, dijital pazarlama, inovasyonun insan unsuru, eğitim, dijital okuryazarlık, sürdürülebilirlik açısından inovasyon, işletmelerin teknoloji girişimleri ile iş birlikleri, yapay zeka ürünlerinin hukuki boyutu, girişimcilik ve inovasyonun ülkemizdeki ahilikte yenilikçilik gibi tarihi, etik ve dini kökleri, trafik, ulaşım, sinyalizasyonda dijital-akıllı sistemler havacılık, gibi spesifik tematik projeler, vaka analizleri ve araştırmalar da Sempozyumda “girişimcilik ve inovasyon” çatısı altında ele alınan önemli konular arasındaydı.



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

Sempozyumda “Girişimcilik ve İnovasyon”; otonom ve akıllı sistemler, AR-GE, ekonomi, finans, işletme yönetimi, pazarlama, hukuk ve diğer disiplinler arası bakış açılarıyla muhtelif boyutlarıyla kapsamlı olarak irdelendi. Çok sayıda bildirinin sunulduğu ve tartışıldığı Sempozyumun kısa bir özetini vermek, konuları toplamak istiyorum.

Sempozyumun ilk açılış konuşmasını yapan İstanbul Ticaret Üniversitesi Liderlik ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü Prof. Dr. Yusuf Balcı katılan herkese teşekkür ederek başladığı konuşmasında bir ülke gelişmişse bu ülkenin gelişmesinde en önemli unsurun insan faktörü olduğunu vurguladı. Teknolojik değişimlerin girişimciliğe olan etkisini kaydeden Prof. Dr. Yusuf Balcı, girişimciliğin ve yenilikçiliğin, fark oluşturmanın bilgi toplumuna geçiş sürecinde küresel rekabette hayati önem taşıdığını vurguladı. Prof. Dr. Balcı ayrıca Sempozyumun organizasyonu ile ilgili bilgileri paylaştı.

İstanbul Ticaret Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Abdulhamit Avşar da yaptığı açılış konuşmasında ahilik sistemi gibi tarihi örneklerin, girişimciliği değerler üzerine inşa eden bir anlayışla Türk sosyal hayatına entegre ettiğini ve bu mirasın modern yöntemlerle desteklenerek Türkiye'nin gelişimini hızlandırabileceğini vurguladı. Türkiye'nin genç ve dinamik nüfusunun bu girişimcilik ruhunu yaygınlaştırarak inovasyon ve yaratıcı fikirleri artırabileceğini dile getiren Prof. Dr. Avşar, üniversitelerin de öğrencilere yenilikçi düşünme, problem çözme ve adaptasyon becerilerini kazandırarak bu sürece katkıda bulunabileceğini kaydetti.

Son açılış konuşmasını yapan İstanbul Ticaret Üniversitesi Mtevelli Heyet Başkanı Dr. İsrail Kuralay, girişimcilik ve inovasyonun ekonomik boyutunun ötesinde, toplumsal dönüşümün de bir aracı olduğunu vurguladı. Dr. Kuralay, sempozyumun geniş temalarını ve kapsamlılığını öne çıkararak, girişimcilik ve inovasyonun cesaret ve yaratıcılığın birleştiği, sınırları zorlayan bir yolculuk olduğunu belirtti. Ayrıca, genç girişimcilerin önünü açacak projelerin ve sosyal girişimciliğin sürdürülebilir çözümler üretme çabasının altını çizdi. Dr. Kuralay, akademik bilginin sanayi ile buluşmasının



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

önemine değinerek, teknolojik inovasyonun rekabet avantajı ve sürdürülebilir başarı için kritik olduğunu ifade etti.

Sempozyumun ana konuşmacısı Prof. Dr. Muhammed Zeki Durak ise girişimcilik ve inovasyonun günümüz dünyasında artan önemine vurgu yaptı. Sempozyumun, kadın girişimciliği, inovasyon ve ekonomi, dijital girişimcilik, yeşil girişimcilik ve üniversite-sanayi iş birliği gibi çeşitli temalara odaklanarak, yenilikçi fikirlerin ve çözümlerin gelişimine katkı sağlamayı amaçladığını hatırlatan Prof. Dr. Durak, Türkiye'nin fikri mülkiyet alanındaki ilerlemelerine değindi. Prof. Dr. Durak, fikri ve sınai mülkiyet haklarının, yenilik ve yaratıcılığın gelişimi için hayati önem taşıdığını ve bu hakların, buluşuların ve girişimcilerin fikirlerini koruyarak yatırım yapmalarına ve yeni ürünler geliştirmelerine imkan tanıdığını ifade etti. Türkiye'nin Ar-Ge yatırımlarında gösterdiği performansla dünya sıralamasında yükseldiğini ve yaratıcı çıktılar alanında önemli bir konuma geldiğini vurgulayan Prof. Dr. Durak, ülkenin fikri mülkiyet varlıklarının ekonomik değere dönüşmesi için yapılan çalışmalardan bahsetti.

Sempozyumun ilk gününde açılış ve ana konuşmayı müteakip üç önemli oturum gerçekleştirildi. Başkanlığını Prof. Dr. Rahmi Deniz Özbay'ın yaptığı Araştırma ve Geliştirme Kapsamında Girişimcilik ve İnovasyon başlıklı ilk oturum, Prof. Dr. Elçin Aykaç Alp'in yönettiği Ekonomik Perspektiften Girişimcilik ve İnovasyon konulu ikinci oturum ve Prof. Dr. Yusuf Balcı'nın yönettiği Akıllı Sistemler – Girişimcilik ve İnovasyon başlıklı üçüncü oturum ile tamamlandı.

Oturum başkanlığını Prof. Dr. Rahmi Deniz ÖZBAY'ın yaptığı "Entrepreneurship and Innovation Within The Scope of Research and Development" (Araştırma ve geliştirme kapsamında girişimcilik ve inovasyon) temalı oturumda;

Prof. Dr. Yusuf Balcı tarafından sunulan "Üniversitelerde Akademik Ünvanların Elde Edilmesi ve Atama Kriterlerinde Patent Başvurularını Artırmaya Yönelik Bir Model" başlıklı bildiri; üniversitelerde akademik unvanların elde edilmesi sürecinde ve atama kriterlerinde patentlerin etkin bir şekilde kullanıldığı model önerisi yer aldı.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Dr. İsrail KURALAY ve Asst. Prof. Dr. Zebiniso KAMALOVA tarafından sunulan “Türk Dünyası Öğrencilerinin Etkileşimi ve Kaynaşması: “Avrasya’da Kültür ve Siyaset” Adlı Ortak “Ortak Sınıf” Projesi Uygulaması ve Sonuçları” adlı bildiri; Ortak sınıf eğitimleri ile Türk dünyası öğrencileri arasında kültür ve siyaset

etkileşiminin daha da arttığı ve öğrenciler arasında bu değişim modelinin uygulanmasının kaynaşmayı da beraberinde getirdiği üzerinde duruldu.

Prof. Dr. Murat YALÇINTAŞ; “A Case Study on the Implementation of the Innovation Strategy in the Defense Industry / Savunma Sanayiinde İnovasyon Stratejisinin Uygulanmasına İlişkin Bir Örnek Vaka Çalışması” başlıklı tebliğinde savunma sanayiinde önemli üç sac ayağının olduğu ve bu sac ayaklarının; üretim, pazarlama ve kurumlar olduğuna vurgu yaptı.

Prof. Dr. Necdet Şensoy tarafından “Dünya’da Yetkinlik ve Dönüşüm Uygulamaları- Gaziantep Model Fabrika Örneği” başlıklı sunum ile ülkemizde 8 adet yetkinlik ve dönüşüm geliştirici uygulama fabrikasının bulunduğu her birinin verdiği hizmetler ve sanayi sektörüne katkıları dile getirildi.

“Yıkıcı Teknolojiler ve Gelecek Perspektifi” başlıklı tebliği ile Prof. Dr. Abdülhalim ZAIM, teknolojik gelişmelerin yıkıcı boyutlarına dikkatleri çekerek teknolojik rekabetin önemini ve etkisini gözler önüne serdi.

Prof. Dr. Elçin Aykaç Alp başkanlığında "Ekonomi Bakış Açısıyla Girişimcilik ve İnovasyon" temalı ikinci oturumda girişimcilik ve inovasyon konularına ekonomi perspektifinden yaklaşan çalışmalar sunulmuştur. İlk sunulan çalışma Prof. Dr. Yusuf Balcı ve Consultant Adel TAYEH tarafından hazırlanan “Transforming Education and Social Norms to Unlock Innovative Entrepreneurship for Sustainable Economic Growth in Türkiye” başlıklı çalışma olmuştur. Sunumda girişimcilik ekosisteminin ve yenilikçi bakış açısının gelişmesi için eğitimde yaşanması gereken dönüşüm ve dikkat edilmesi gereken unsurlar dile getirilmiş ve tartışmaya açılmıştır.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Oturumda Selçuk Üniversitesinden katılım sağlayan Doç. Dr. Esra Kızıloğlu Girişimcilik konusuna akademisyenlerin bakış açısını değerlendirdiği “Akademisyenlerin Gözünden Akademik Girişimcilik: Bir Metafor Çalışması” başlıklı çalışmasını sunmuş elde edilen bulgular tartişılmıştır. Çalışma; yalnızca konuya akademisyenlerin yaklaşımını değil aynı zamanda mühendislik ve sosyal bilimlerde çalışanların yaklaşım farkını da gözler önüne sermiştir.

Yine Selçuk Üniversitesinden katılan Doç. Dr. Gamze şekeroğlu “Üniversite Öğrencilerinin Dijital Finansal Tutum ve Davranışlarının Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi” başlıklı çalışması ile konuyu öğrenciler perspektifinden taşımıştır.

Necmettin Erbakan Üniversitesinden Doç. Dr. Emine Nihan Cici KARABOĞA, “Girişimcilik Eğitiminin ve Dijital Pazarlama Okuryazarlığın Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Dair Bir Saha Araştırması” başlıklı çalışması ile konunun öğrenciler tarafından nasıl görüldüğünü incelemiş olduğu çalışmayı sunmuştur.

Doç. Dr. Kızıloğlu ile Doç. Dr. şekeroğlu ve Doç. Dr. Karaboğa Hocalarımızın çalışmaları girişimcilik ekosistemine üniversite öğrencileri ve akademisyenlerin yaklaşımını ortaya koymasından farklı paydaşların yaklaşımının tartişilmaya fırsat bulunduğu bir oturum olmuştur.

Son olarak oturum katılımcıları ve dinleyiciler Necmettin Erbakan Üniversitesinden Doç. Dr. Kazım Karaboğa'nın “Dijital Girişimcilik ve İnovasyon Sistemleri: Gelişmekte Olan Ülkeler Perspektifinden Bir Tartışma” başlıklı çalışması ile özellikle son yıllarda gelişim sürecini hızlandıran dijital girişimciliği ve gelişimini dinleme fırsatı bulmuşlardır.

Prof. Dr. Yusuf BALCI'nın oturum başkanlığında gerçekteşen “AUTONOMOUS SYSTEMS- ENTREPRENEURSHIP and INNOVATION (Otonom Sistemler Girişimcilik ve İnovasyon)” temalı oturumda;



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Akıllı Sinyalizasyon Sistemlerinin Trafik Güvenliği ve Verimlilik Üzerindeki Olumlu Etkisine İlişkin Bir Araştırma, Melikşah Çakaloğlu ve Prof. Dr. Mustafa ILICALI tarafından sunulmuştur. Bu çalışma ile trafikteki gecikmeleri önleyici, zaman, yakıt parasal kayıpları ciddi oranda azaltıcı sonuçlarına vurgu yapılmıştır.

Why is the Choice of a Legal Structure a Dissonance Trap for Social Entrepreneurs? University of Porto- Portekiz'den katılan Postdoctoral Researcher Mohammad Mohsen LIAQAT, Asst. Prof. Teresa PROENCA tarafından sunulan bu bildiride Yasal Yapı Seçimi Neden Sosyal Girişimciler İçin Bir Uyumsuzluk Tuzağı olduğu ve buna ilişkin çözüm önerileri ele alındı.

Innovation in Türkiye and Egypt: The Role of National Culture başlıklı bildiri Dr. Deena SALEH sundu. Dr. SALEH özellikle Mısır Kültüründe inovasyonun köklerini irdeledi.

Girişimcilik Eğitiminin ve Dijital Pazarlama Okuryazarlığın Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Dair Bir Saha Araştırması, Doç. Dr. Emine Nihan Cici KARABOĞA tarafından sunuldu.

Responsible Innovation: Ethical Entrepreneurship in the Biotechnology Sector başlıklı bildiri, Dr. Gökmen Durmuş ve Dr. Zeliha Durmuş tarafından sunularak biyoteknoloji sektöründe girişimcilik ve inovasyon alanlarında etik durum üzerine tespitler paylaşıldı.

The Impact of Foreign Employees in Aviation on Airline Objectives and Passenger Segments başlıklı bildiri Owaim FARIS, Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN sunuldu. Yabancı çalışanların havacılık sektöründe havayolu firmalarının hedeflerine ve yolcu segmentlerine etkileri üzerine literatürde dile getirilmiş tespitlerden yola çıkarak taraflara öneriler dile getirildi.

Prof. Dr. Necdet ŞENSOY'un yönettiği "Pazarlama açısından girişimcilik ve inovasyon" başlıklı oturumda; "Influencer Pazarlamanın Yeni Nesil Aracı: Sanal Influencer" başlıklı bildiri Doç. Dr. Ömer AYDINLIOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Fikriye ÇELİK tarafından sunuldu. Bu çalışmada, pazarlama konusundaki yeni uygulamalar



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

kapsamında, influencer'ın rolü ve bu işlevi artık sanal kişiliklerin yaptığı örneklerle anlatıldı. Influencer terimi için Türkçe -Etki Elemanı- kullanılabileceği Prof. Dr. Yusuf Balcı tarafından önerildi.

"Pazarlama ve Yapay Zekâ Konusunda Yapılmış Yayınların Kavramsal Yapısının İncelenmesi: Bir Bibliyometrik Analiz" başlıklı bildiri Dr. Öğr. Üyesi Bora AÇAN tarafından sunuldu. Bu sunumda, Pazarlama ve Yapay Zeka konusunda yapılmış kapsamlı bir bibliyometrik analiz çalışması iyi bir literatür taraması olarak dikkat çekti.

Mehmet Çağrı KIZILTAŞ tarafından sunulan "İnovatif Bir Girişim Olarak Elektrikli Otonom Araçların Çok Yönlü Bir İncelemesi" başlıklı bildiride bir inovasyon örneği olarak otonom araçların gelecekte otomobillerin mülkiyeti konusundaki anlayışı değiştireceği ve otomobil sahibi olmanın gereğinin ve cazibesinin azalacağı beklentisi ifade edilerek ilgileri çekti.

Yüksek Lisans Öğrencisi Sevim KULCU, Yüksek Lisans Öğrencisi Mustafa ÖZEN tarafından sunulan "Sağlık Girişimlerinin Pazarlama Stratejilerin Karşılaştıkları Zorluklar" başlıklı bildiride; sağlık sektörünün özellikleri nedeniyle bu sahadaki girişimciliğin hassasiyetini ve zorluklarını dile getiren ve araştıran bu bildiri, genç lisans üstü öğrencilerimiz hakkında umut verici kanaatler edinmemizi sağladı.

Girişimci faaliyetlerin ekonomik büyümeye katkısının Türkiye özelinde incelendiği tebliğ konusunun ülkemizde ilgi duyulan ve gelişen bir alan olduğu sonucuna vardı.

"Ayakkabıcılık Sektörü İşletmelerinde Yetkinlik Yönetimi Stratejileri" başlıklı YÜKSEK LİSANS Öğrencisi Aynur Begüm ÜNALER, Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN tarafından gerçekleştirilen sunumda dünyada ayakkabıcılık sektöründe söz sahibi olan ülkemiz firmalarının insan servetlerini yetkinlik yönetimi stratejileri uygulamaları ile daha iyi seviyelere çıkarabileceği ifade edildi.

Dr. Öğr. Üyesi Nihan Yavuz Aksakal'ın başkanlığını yaptığı İşletme yönetimi açısından girişimcilik ve inovasyon temalı oturumda; "Aile İşletmelerinde Sürdürülebilir İnovasyon ve Başarılı Girişimler", Dr. Öğr. Üyesi Andaç TOKSOY tarafından sunuldu.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Sürdürülebilir inovasyon, işletmelerin teknoloji girişimleri ile işbirlikleri ve bu işbirliğinin giderek artıyor oluşu vurgulandı.

Ar. Gör. Merve ÇELİK, Doç. Dr. Pınar BÜYÜKBALCI tarafından "Kurumsal İşletme Teknoloji Girişimi İş Birliklerinin Tematik Analizi: Türkiye Girişimcilik Ekosistemi Bakış Açısı" başlıklı sunum gerçekleşti.

Prof. Dr. Abdülhamit BİRİŞİK tarafından sunulan "Kur'an ve Hadislerde Yer Alan Girişimcilik Örneklerinin Güncellenmesi" başlıklı bildiri girişimcilik anlayışının, Kur'an ve Hadisler ışığında doğrultması halinde firmaların ve ülke ekonomisinin büyük atılımlar yaşayabileceğine ilişkin örnekler paylaşıldı.

Ayrıca Doç. Dr. Fatma ŞENSOY tarafından "Göçmen Girişimciliği: Teşvikler, Zorluklar ve Zorunluluklar" başlıklı bildiri ile göçmenlerin girişimcilik örnekleri, tarihi ve güncel örneklerle dile getirildi.

Prof. Dr. İbrahim SUBAŞI'nın yönettiği, "ENTREPRENEURSHIP and INNOVATION from a FINANCIAL and LEGAL PERSPECTIVE" (FİNANSAL VE HUKUKİ BAKIŞ AÇISIYÜKSEK LİSANS GİRİŞİMCİLİK ve İNOVASYON) temalı oturumda;

Finansal Gelişmişlik Düzeyinin Bölgesel Girişimcilik Faaliyetleri Üzerine Etkisi, Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Rutkay ARDOĞAN tarafından sunuldu.

Finansal Teknolojiler Özelinde Gelişen Teknolojilere İlişkin Hukuki Değerlendirme Esasları, Dr. Öğr. Üyesi M. Fatih CENGİL tarafından sunulan bu tebliğde gün geçtikçe hayatta daha etkin rol almaya başlayan yapay zeka ve teknolojik ürünlerin hukuki değerlendirmesi yapıldı.

Dr. Kazım KILINÇ tarafından sunulan "Türk Girişimciliğinde Almanya Örneği" konulu tebliğde Almanya'da bulunan göçmen Türk işgücünün ve girişimcilerinin teşebbüsleri örnekler verilerek anlatıldı.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

“Kadın İstihdamının Artırılması Anlamında İnovasyonun Sağlanmasına Yönelik Hukuksal Yaklaşımlar” Dr. Öğr. Üyesi Özgür BAŞYİĞİT tarafından sunulmuş inovasyona etkisi ve katkısı örneklerle anlatıldı.

“E-Denetim Sisteminin Hazine ve Maliye Bakanlığının İnovasyonu Açısından Önemi” Doç. Dr. Doğan BOZDOĞAN tarafından sunuldu.

Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN'ın yönettiği "INTERDISCIPLINARY ENTREPRENEURSHIP and INNOVATION" (DİSİPLİNLERARASI GİRİŞİMCİLİK ve İNOVASYON) temalı oturumda;

"Üniversite Öğrencilerinde Özgüven ile Öz Liderlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" başlıklı bildiri; Dr. Mehmet DUMAN, Assoc. Prof. Dr. Zeynep AKKUŞ ÇUTUK, Asst. Prof. Dr. Selman ÇUTUK, Res. Asst. Mehmet Fatih İNCİBAŞ tarafından sunum olarak gerçekleştirildi. Çalışma özgüvenin öz liderlik becerilerinin gelişmesinde önemli bir rol oynadığına dikkatleri çekti.

"Sosyal Medya Bağımlılığının Çalışan Performansına Etkisi" Büşra ERBAY, Doç. Dr. Osman BAYRAKTAR tarafından sunulan bu bildiriye göre sosyal medya kullanımı geri dönülmez biçimde bütün çalışanlar arasında yaygınlaşmaktadır. Sosyal medyanın bağımlılığa dönüşmesi, çalışan performansını etkileyen kritik bir eşiktir.

"Ahilikte İnovasyon Örneği olarak Müteşebbis Ahi Evran tarafından İcat Edilerek Sistemleştirilen Kümelenerek Üretime Dayalı Sınai Mülkiyet Hakları Sisteminin Doğuşu ve Anadolu Sanayi Devrimi'nin Başlaması", başlıklı bildiriyle Prof. Dr. Ahmet KALA; Dünya iktisat tarihinde dünden bugüne üretimden ve üründen doğan sınaî mülkiyet haklarının korunmasında iki sistem icat edilerek uygulanmıştır. Bu sistemler "imtiyazlı üretime konu ürünün sınaî mülkiyet hakları sistemi" ile "imtiyazlı ürüne dayalı sınaî mülkiyet hakları sistemi" olduğuna vurgu yaparak Ahi Evran tarafından icat edilen ve geliştirilen bu ilk sistemin belirli bir ürünü üretmek üzere kümelenmiş birliklere tanınan imtiyazlı üretime dayalı sınai mülkiyet sistemi olduğunu, bu sistemin, 1750'de ikinci sistemin başlamasına kadar Osmanlı Coğrafyası ve Akdeniz başta olmak üzere dünyada etkin olduğunu dile getirdi. Birbiriyle çelişebilen bu iki



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

sistemin, bir ekonomide birbirini tamamlayıcı mahiyette düzenlenerek uygulanabileceğini ifade etti.

Doç. Dr. Şefik MEMİŞ tarafından sunulan "Osmanlı'da Tarımsal Girişimcilik Oluşturma Çalışmaları (1880-1914)" başlıklı bildiri; 2. Abdülhamid'in tarım kültürü ve tarımsal girişimciliği artırmak için ilk Türk tarım dergilerini yayımlatıp desteklemesi, gibi örneklerle tarım ve ziraat alanında girişimciliği, üretimi ve istihdamı teşvik edici politikaların uygulandığı dile getirildi.

Dr. Serap TÜRKYILMAZ, "Z Kuşağının E-Devlet Hizmetlerini Kullanma Niyetini Etkileyen Faktörler" konulu bildiriyle; E-devleti kullanma niyeti, devlete güven, algılanan kullanım kolaylığı ve gizlilik riskinin devlete olan güven üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu gösteren test sonuçları olduğu üzerinde durdu.

Bilim ve iş dünyasının önemli isimlerini bir araya getiren 1. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik Sempozyumu girişimcilik ve inovasyonun toplumsal ve ekonomik yönleri masaya yatırılmış, Türkiye'nin fikri mülkiyet alanındaki atılımları ve genç nüfusunun potansiyelinin öne çıktığı sempozyumda sunulan bildiriler girişim dünyasının geleceğine ışık tutacaktır.

Sempozyumdan çıkarılabilecek bazı temel politika önerilerini de şöyle özetleyebiliriz:

- Ülkelerin inovasyon performansları değerlendirildiğinde de sıralama ülkelerin bütçelerinden ayırmış oldukları AR-GE payları ile doğru orantılı bir şekilde değişmektedir. Teknolojik gelişme ve inovasyonda öne çıkabilmek için Türkiye'nin Milli Gelirinin daha fazla kısmını AR-GE harcamalarına ayırmalı ve bunun içindeki özel sektörün payı artırılmalıdır.
- Türkiye'nin çağın gelişmelerine uygun nisbi avantajlarının olduğu niş endüstriler tesbit edilerek bu alanlara yönelik girişimci destekleri uygulanmalıdır.
- Toplumda girişimcilik ve yenilikçilik kültürü geliştirilmelidir.
- Türkiye'nin uzun zamandır geliştirdiği ve uygulamaya çalıştığı sanayi, teknoloji, bilim ve inovasyon politikaları vardır. Bu politikalar güçlendirilerek ve günün şartlarına göre son 20 yıllık tecrübelerin ışığında geliştirilerek titizlikle uygulanmalıdır.



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

- Girişimcilik ve yenilikçiliğin temel unsuru -aslında her alanda olduğu gibi- insandır. İnsan unsurunu geliştirilmesi de eğitimle mümkündür. Dolayısıyla eğitim sistemi dünyadaki bilimsel, teknolojik, ekonomik gelişmelere göre, gelişen endüstrilere ve alanlara göre, Türkiye'nin hedeflediği stratejilere uygun mesleklere göre koordineli bir işgücü-insan gücü planlaması ve politikasıyla birlikte ihtiyaç olunan mesleklerde eğitim verecek şekilde köklü olarak revize edilmelidir. Bu bağlamda gelişen alanlarda daha fazla mühendis yetiştirilmelidir. Eğitim konusunda önemli bir mesele de kalitenin yükselmesidir.
- Üniversite-sanayi işbirliği daha da ileri götürülmeli, özellikle üniversite kaynaklı buluş ve patent sayılarının artırılması için akademik unvanların elde edilmesi ve üniversite atama kriterlerinde sempozyumda önerildiği şekilde reform yapılmalıdır.
- Girişimcilik ve yenilikçiliğin gelişmesi için gerekli yasal ve kurumsal altyapı geliştirilerek dinamik şekilde devam ettirilmelidir.
- Girişimcilik ve yenilikçiliğin teşviği için finansman sağlanması amacıyla geliştirilen maliye ve ekonomik politikaları, gerekli mali ve idari reformlar yerel özellikler de dikkate alınarak geliştirilmelidir.
- Ulusal Yapay Zeka Stratejisi çerçevesinde "Dijital Türkiye" vizyonu ve "Millî Teknoloji Hamlesi" doğrultusunda sosyoekonomik dönüşümü sağlayabilecek çevik ve sürdürülebilir bir ekosistem oluşturmak için veri, insan, altyapı yetkinlikleri geliştirilmeli ve özellikle eğitim alanında ve sektörler bazında alt politikalar uygulanmalıdır.

Sonuç olarak Sempozyum'da bilgi toplumuna geçiş sürecinde hızla artan girişimcilik ve inovasyonun önemi bir kez daha vurgulandı. Sempozyum, Türkiye'nin girişimcilik, inovasyon ve teknoloji alanındaki potansiyelini ortaya koymuştur. Türkiye, kapsamlı, akıllı politika ve stratejilerle, bilim ve teknoloji alanında önemli bir oyuncu olma yolunda ilerleme imkanına sahiptir.

Bu vesileyle tekrar yurtiçinden ve yurtdışından tebliğ sunarak katılımında bulunan akademisyenlere ve araştırmacılara, organizasyonda emeği olan herkese ve siz değerli katılımcılara tekrar teşekkür ederim.

Sempozyum Düzenleme Kurulu



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

BİLDİRİ ÖZETLERİ

PAPER ABSTRACTS



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

KEYNOTE SPEAKER

INTELLECTUAL PROPERTY IS IMPORTANT FOR ENTREPRENEURSHIP WHY

Prof. Dr. Muhammed Zeki DURAK

President of TÜRKPATENT Chairman of the Management Board

Sayın Rektörüm,

Değerli Düzenleme Kurulu ve Mütevelli Heyeti Başkanlarım,

Saygıdeğer akademisyenlerimiz, girişimcilerimiz ve katılımcılar,

İstanbul Ticaret Üniversitesi tarafından bu yıl ilki düzenlenen “1. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik Sempozyumu”nun “Girişimcilik ve İnovasyon” özelinde gerçekleştireceğimiz bu etkinliğinde sizlerle bir arada olmaktan; fikri mülkiyet haklarından patent, faydalı model, marka, tasarım ve coğrafi işaretlerin buluşma noktası olan Türk Patent ve Marka Kurumumuzu temsilen aranızda bulunmaktan büyük bir memnuniyet duyduğumu ifade etmek isterim. Hepinizi saygı ve muhabbetle selamlıyorum.

Bildiğiniz üzere “girişimcilik ve inovasyon” artık günümüz dünyasında her zamankinden daha fazla önem taşımaktadır. Gelişen ve küreselleşen dünyada ülkelerin ve şirketlerin her geçen gün artan rekabette avantaj sağlayabilmesi için ürünlerini ve hizmetlerini sürekli iyileştirmeleri gerekmektedir. İnovasyon yani yenilik, bu gereksinimin yerine getirilebilmesi için gerekli olan, değişim, yenilenme ve dönüşümü gerçekleştirebilecek en önemli araçtır. **I. Uluslararası Liderlik ve Girişimcilik Sempozyumu**, bu alandaki en güncel gelişmeleri ve yenilikleri ele almak üzere çeşitli temalara odaklanacaktır.

Bu temalar;

- Kadınların girişimcilikteki rolünü ele alan “**Kadın Girişimciliği**” teması,
- İnovasyonun ekonomik kalkınmaya olan katkılarının değerlendirildiği “**İnovasyon ve Ekonomi**” teması



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

- Dijital teknolojileri kullanarak yeni iş modelleri geliştirmek için “**Dijital Girişimcilik**” teması,
- Çevre dostu ürün ve hizmetler geliştirebilmek için “**Yeşil Girişimcilik**” teması ve
- Bizim de Kurum olarak oldukça önem verdiğimiz, üniversiteler ve sanayi arasında inovasyonun birlikte nasıl teşvik edilebileceği üzerine “**Üniversite-Sanayi İşbirliği ve İnovasyon**” teması başta olmak üzere 28 farklı temada özgün çalışmaya açılmıştır.

Değerli katılımcılar,

İnovasyon deyince akla ilk gelen bir diğer ifade de hiç şüphesiz “**fikri mülkiyet**”tir. Fikri mülkiyet, şirketlerin büyümesini ve sürdürülebilirliğini etkileyen temel faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmakta; hayatımızı kolaylaştırma veya yaşamımızı iyileştirme ihtiyacından doğan yeni ürünler, markalar ve yenilikçi tasarımlar dünya pazarlarında yerini almaktadır.

Fikri mülkiyet hakları bu noktada, yenilik ve yaratıcılığın gelişmesi için gerekli bir çerçeve sağlayarak, belirlenen bu hedeflere ulaşmada oldukça hayati bir önem taşımaktadır. Bu haklar, buluşçuların, girişimcilerin ve sanatçıların fikirlerini ve buluşlarını koruyarak;

- yatırım yapmalarına,
- yeni ürünler ve hizmetler geliştirmelerine,
- ve bunları pazara sunmalarına olanak tanımakta; böylece sorunların çözümüne odaklanmaktadır.

Bu kapsamda, ülkemizin fikri mülkiyet alanındaki farkındalığının da her geçen gün arttığını ve özellikle son yıllarda sevindirici ilerlemeler kaydettiğini açık ve net bir şekilde söyleyebilirim. Türk Patent ve Marka Kurumu, Türkiye’de **2 milyon üzerinde** geçerli sınai mülkiyet tesciliyle sınai mülkiyet haklarına ilişkin tescil faaliyetlerini gerçekleştirmeye ve ülkemizin fikri ürün havuzunu büyütmeye devam etmektedir.

Bu kapsamda, ülkemizin sınai mülkiyet hakları alanında yakaladığı ivmeyi, katma değerli ürüne dönüştürerek ülkemizin refahını artırma gayretlerimizi de sürdürmekteyiz. Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN ve Bakanımız Sayın Mehmet Fatih KACIR’ın öncülüğünde gerçekleşen **Milli Teknoloji Hamlesi** sayesinde insanlarımızın fikirleri ticarileşerek ülkemizin tam bağımsızlığı ve refahına katkı sağlanmaktadır. Bu



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

bağlamda, Ar-Ge yatırımlarının teşvik edilmesi, teknoloji transferi ve rekabet gücünün artırılması önem arz etmektedir.

Nitekim, Ar-Ge yatırımlarının etkin kullanımı hususunda Küresel İnovasyon Endeksini incelediğimizde,

- **en büyük Ar-Ge harcaması yapan** ülkelerden biri olan Japonya'nın yatırımlarında %11 ve ABD'nin % 9 düşüş gösterdiğini;
- ülkemizin ise %10 yükselişle Kore Cumhuriyetinden sonra ikinci sırada yer almasını gurur verici bir gelişme olarak gösterebiliriz.*

Yine orta ekonomi grubunda son 10 yılda en hızlı yükselişe geçen ülkelerden biri olarak, Türkiye'nin,

- 2013'te "**ilk 70**" içerisinde yer alırken; 2023'te "**ilk 40**" arasına girmeyi başarması da bir diğer başarımız olarak belirtilmeye değerdir.

Aynı raporda ülkemizin, "**Yaratıcı Çıktılar (Creative Output)**" için en yüksek performansa sahip grup içerisinde yer alarak; kişi başına düşen GSYH bakımından tasarım ve marka sınıf sayısında birçok ülkeyi geride bırakarak "**ilk 5**" içerisinde yer aldığı görülmektedir.†

Dünya geneline baktığımızda her ne kadar 2023 yılı patent sayısı 2022 yılına kıyasla daha düşük olsa da teknolojik gelişmelerin süregelmesi sebebiyle farklı bakış açılarının sürdürülmesi ve yapay zeka temelli "**makine öğrenimi(machine learning)**" ve "**sürdürülebilirlik(sustainability)**" temalarının patent alanlarında öne çıktığı görülmektedir. Nitekim dünya geneli yayımlanan patent başvurularında da **son 5 yılda** meydana gelen artış oranlarına göre

- Yeşil Teknolojiler %208,
- Yapay Zeka %161 ve
- Batarya Teknolojileri ise %150 artışla ilk 3 sırada yer almıştır.‡

* <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-en-main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf>

† <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-en-main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf> s.200

‡ https://www.patentraporu.com/files/ugd/cc583d_e70a0bf4010c4e71921c4f1523173d1a.pdf s. 58



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

Türkiye'deki eğilime bakıldığında ise, yayımlanan patent başvurularında **son 5 yılda** meydana gelen artış oranlarına göre

- Eklemeli İmalat Teknolojileri %225,
- Yapay Zeka %161 ve
- Robotik Teknolojiler ise %74 artışla ilk 3 sırada yer almıştır.[§]

Yine dünya sıralamasına baktığımızda; WIPO'nun yayınladığı 2023 Dünya Fikri Mülkiyet Göstergeleri Raporu'na göre Türkiye'nin ;

- yerli patent başvuru sıralamasında **dünyada 12. sırada** yer alarak geçen seneye göre bir basamak yükseldiğini,
- yerli marka başvurusu sınıf sayısında 446.651 sınıf ile **dünyada 4., Avrupa'da 1. sırada** bulunduğunu,
- yerli tasarım başvuru sayısına göre ise **dünyada 2., Avrupa'da 1. sırada** yer aldığını görmekteyiz.

Artık yeni çalışmalarımız,

- Türk Patent ve Marka Kurumu olarak, sınai mülkiyet alanında artış trendinde olan tüm hakların ticarileşmesine daha fazla eğilmek..
- Bu kapsamda **2024-2028 dönemini kapsayan 12. Kalkınma Planı** kapsamında fikri mülkiyet alanında;

-Ülkemizin fikri mülkiyet varlıklarının ekonomik değere dönüşmesini hızlandırmak,

-Fikri mülkiyet varlıklarının değerlendirilmesi ve ticarileştirilmesine yönelik devlet yardımlarını gözden geçirerek kullanımını yaygınlaştırmak

-Ticarileşme potansiyeli yüksek patentlerin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımına yönelik faaliyetler gerçekleştirmek.

Saygıdeğer katılımcılar,

Sözlerime son verirken, bugün burada sizlerle birlikte olmama vesile olan İstanbul Ticaret Üniversitesine ve yönetimine; 2003-2007 yılları arasında Kurumumuzun –o zamanki Türk Patent Enstitüsünün- Başkanlığını büyük bir özveriyle ve başarıyla yürüten sayın Prof. Dr. Yusuf BALCI'ya teşekkür eder, minnetlerimi sunarım.

Büyük bir emeğin ürünü olarak ortaya çıkan bu etkinliğin gerçekleştirilmesinde katkıda bulunan İstanbul Ticaret Üniversitesine; bu süreçle titizlikle çalışan değerli düzenleme, bilim ve danışma kurulu üyelerine, oturumları yönetecek olan oturum başkanlarımıza ve

[§] https://www.patentraporu.com/files/ugd/cc583d_e70a0bf4010c4e71921c4f1523173d1a.pdf s. 58



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

tebliğ sunmak suretiyle sempozyuma katkı verecek tüm katılımcılara yapacakları katkı sebebiyle şimdiden teşekkürlerimi sunuyorum.

İki gün boyunca sürecek, girişimcilik ve inovasyona dayalı birçok konunun konuşulacağı bu etkinliğin hepimiz için ufuk açıcı olmasını, alandaki en güncel konuların ulusal ve uluslararası alanda ele alınmasıyla bu önemli alanın geleceğine ışık tutabilmeyi temenni ediyorum; verimli bir etkinlik süreci geçirmeyi temenni ediyorum.

Herkesi saygı ve sevgiyle selamlarım.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

20.05.2024 MONDAY PROGRAM FLOW

SESSION 1: 11.30-13.00

**ENTREPRENEURSHIP and INNOVATION within the SCOPE of RESEARCH
and DEVELOPMENT**

SESSION CHAIR: Prof. Dr. Rahmi Deniz ÖZBAY

**“Üniversitelerde Akademik Ünvanların Elde Edilmesi ve Atanma Kriterlerinde
Patent Başvurularını Artırmaya Yönelik Bir Model”**

Prof. Dr. Yusuf BALCI, Istanbul Ticaret University

**“Türk Dünyası Öğrencilerinin Etkileşimi ve Kaynaşması: “Avrasya’da Kültür Ve
Siyaset” Adlı Ortak “Ortak Sınıf” Projesi Uygulaması ve Sonuçları”**

Dr. İsrail KURALAY, Istanbul Ticaret University

Asst. Prof. Dr. Zebiniso KAMALOVA, Istanbul Ticaret University

**“A Case Study on the Implementation of the Innovation Strategy in the Defense
Industry / Savunma Sanayiinde İnovasyon Stratejisinin Uygulanmasına İlişkin Bir
Örnek Vaka Çalışması”**

Prof. Dr. Murat YALÇINTAŞ, Istanbul Ticaret University

**“Dünya’da Yetkinlik ve Dönüşüm Uygulamaları - Gaziantep Model Fabrika
Örneği”**

Prof. Dr. Necdet ŞENSOY, Istanbul Ticaret University

“Yıkıcı Teknolojiler ve Gelecek Perspektifi”

Prof. Dr. Abdülhalim ZAIM, Istanbul Technical University



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

ÜNİVERSİTELERDE AKADEMİK ÜNVANLARIN ELDE EDİLMESİ VE ATANMA KRİTERLERİNDE PATENT BAŞVURULARINI ARTIRMAYA YÖNELİK BİR MODEL ÖNERİSİ

Yusuf BALCI•

ÖZET

Günümüzde tüm toplumlar ve yöneticileri bilimsel ve teknolojik gelişmenin öneminin farkında olup bunları güçlendirmeye yönelik politikalar geliştirmeye çalışmaktadır. Bilginin, bilimin üretildiği en önemli kurum olan üniversiteler yeni teknolojilerin geliştirilmesinin de birincil potansiyel kaynağını teşkil ederler. Üniversiteler, eğitim faaliyetlerinin yanında araştırma faaliyetleriyle bilimsel ve teknolojik gelişmeye katkıda bulunurlar.

Bilimsel çalışmalardan farklı olarak patentlerin konuları sadece uygulanabilir buluşlardır. Ayrıca patentler, doğrudan buluş sahibine ait münhasır bir mülkiyet (sınai mülkiyet) olup satılabilen, kiraya verilebilen, muhtelif şekillerde lisanslanabilen, sahibine ve ülkeye doğrudan ekonomik fayda sağlayabilen gayri maddi bir varlık ve haktır. Dolayısıyla politika koyucular ve üniversiteler patentleri teşvik edici politikalar ve uygulamalar geliştirmeye çalışmaktadırlar.

Üniversitelerde akademik unvanların elde edilmesi ve atanma kriterleri, akademik çalışmaları yönlendiren en önemli teşvik enstrümanlarıdır. Nitekim Türkiye’de akademik unvanların elde edilmesinde ve akademik kadrolara (Dr. Öğretim Üyesi, Doçent, Profesör) atanmalarda getirilen uluslararası yayın yapmayı ve yayınların endeksli dergilerde olmasını belirli ölçüde zorunlu da kılan kriterler ve puantaj sistemi sonucunda Türk üniversiteleri son yıllarda bu alanda büyük gelişme kaydetmiştir.

* Prof. Dr. Yusuf BALCI, İstanbul Ticaret Üniversitesi, ybalci@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2660-5361



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

Benzer sistem kısmen ve belirli bir standart olmadan farklı şekillerde patentler için de uygulanmasına (üniversitelerde akademik unvanların elde edilmesi ve atanma kriterlerinin patentleri teşvik edici olmasına) rağmen bunlar beklenen sonucu doğurmamakta, akademisyenler çok büyük ölçüde patent yerine yayın yolunu tercih etmektedir. Bunun sebebi -akademisyenlerin patent sistemine pek aşina olmamasının yanında “patentin alınmış olması” şeklindeki akademik kriterlerdir. Oysa patent süreci başvurudan itibaren ortalama 4 yıllık bir süredir. Araştırmanın kendisi de dahil edildiğinde bu oldukça uzun bir süre olmakta ve bir an evvel akademik unvan ve kadrosunu elde etmeye çalışan akademisyenler puan sistemi cazip dahi olsa patent yolu yerine yayın yolunu tercih etmektedir.

Bu çalışmayla akademik unvanların elde edilmesinde ve akademik kadrolara atanmalarda patentler başvurudan son tescile kadarki sürecin her aşaması için ayrı ayrı puanlanarak uygulanabilir ve cazip hale getirici bir model önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Patent, üniversitelerde patent başvuruları, akademik unvanların elde edilmesi kriterleri, üniversitelerde atanma kriterleri.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

A MODEL PROPOSAL TO INCREASE PATENT APPLICATIONS FOR THE CRITERIA TO OBTAIN ACADEMIC TITLES AND APPOINTMENTS IN THE UNIVERSITIES

Yusuf BALCI•

ABSTRACT

Today, all societies and the policy makers are aware of the importance of scientific and technological development and are trying to develop policies to strengthen them. Universities, which are the most important institutions where knowledge and science are produced, constitute the primary potential source of the development of new technologies. In addition to their educational activities, universities contribute to scientific and technological development through research activities.

Unlike scientific studies, the subjects of patents are only applicable inventions. Moreover, patents are exclusive property (industrial property) rights that belong directly to the inventor and are intangible assets and rights which can be sold, leased, licensed in various ways and can provide direct economic benefits to the owner in particular and to the country in general. Therefore, policy makers and universities try to develop policies and practices that encourage patents.

In universities, the criteria for obtaining academic titles and appointments are the most important incentive instruments that guide academic studies. As a matter of fact, Turkish universities have made great progress in this field in recent years as a result of the criteria that requires international publications and publications to be made in indexed journals for obtaining academic titles and appointments to the academic positions (Dr. Lecturer, Associate Professor, Professor) in Türkiye.

Although a similar system is applied for patents in different ways, partially and without a specific standard (the criteria for obtaining academic titles and appointment in universities are incentivizing patents), these do not produce the expected result, and academics mostly prefer to

* Prof. Dr. Yusuf BALCI, İstanbul Ticaret Üniversitesi, ybalci@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2660-5361



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

publish instead of patenting. The reason for this - besides the fact that academics are not very familiar with the patent system - is the academic criteria of "having a patent". However, the patent process takes an average of 4 years from the application. When the research itself is included, this is quite a long time, and academics who try to obtain their academic title and posts as soon as possible prefer the publication path instead of the patent path, even if the patent system is attractive.

This study proposes a model for the criteria for obtaining academic titles and appointment in the universities that can be applied and made attractive by scoring points separately for each stage of the patenting process from application to final registration in obtaining academic titles and appointments to academic staff.

Keywords: Patent, patent applications in universities, criteria for obtaining academic titles, appointment criteria in universities.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

TÜRK DÜNYASI ÖĞRENCİLERİNİN ETKİLEŞİMİ VE KAYNAŞMASI: “AVRASYA’DA KÜLTÜR VE SİYASET” ADLI “ORTAK SINIF” PROJESİ UYGULAMASI VE SONUÇLARI

İsrafil KURALAY*

Zebiniso KAMALOVA*

ÖZET

Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişim gösterdiği ve kitle iletişim sistemlerinin değişime uğradığı günümüzde geleneksel kitle iletişim araçları yerlerini etkileşimli mecralara bırakmaktadır. Bu yeni teknolojik gelişmelere paralel olarak eğitim yöntemlerinde ne tür inovasyonların yapılabileceği konusu eğitimciler tarafından özellikle son yirmi yıldır tartışılan konular arasındadır. Çünkü yeni iletişim teknolojileri ve internet yakın zamana kadar eğitimde hayal edilemeyen ve imkânsız olan uygulamaları mümkün kılmaktadır. Öyle ki farklı kıta veya coğrafyalarda bulunan ülkelerin eğitim kurumlarının ortaklaşa, gerçek zamanlı ve interaktif ders işleyebilmeleri, öğrencilerin yakın iletişim kurabilmeleri, birbirlerini tanımaları ve dahası kaynaşmaları kolaylıkla sağlanabilmektedir. Bu yeni uygulamanın belirli bir maliyeti olmadığı gibi öğrencilerin bir ülkeden başka bir ülkeye gitmelerinin zorluğunu ve gerekliliğini de ortadan kaldırmaktadır.

İşte bu çalışmanın amacı internet ve yeni iletişim teknolojileri alanında elde edilen teknolojik gelişmelerin eğitime, benzer ve ortak kültürlerin kaynaşmasına olan etkisini ortaya koymaktır. Bu bağlamda İstanbul Ticaret Üniversitesi’nin Buhara Devlet Üniversitesi ile birlikte yürüttüğü gerçek zamanlı, etkileşimli ve videokonferans sistemine dayanan “Avrasya’da Kültür ve Siyaset” adlı “Ortak Sınıf” projesinin Türkiye’den ve Özbekistan’dan derse katılan öğrenciler arasında nasıl bir öğrenmeye, etkileşime ve kaynaşmaya yol açtığı üzerinde durulacaktır. Çalışma kapsamında dersi alan öğrencilerle derinlemesine görüşmeler yapılarak bu uygulamanın etkisi

* Dr. İsrafil KURALAY, İstanbul Ticaret Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanı, kuralayis@gmail.com , ORCID: 0000-0003-1730-0336

* Dr. Öğretim Üyesi, Zebiniso KAMALOVA, İstanbul Ticaret Üniversitesi, zkamalova@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7703-0011



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

araştırılacaktır. Ayrıca ortak kültür ve medeniyete sahip farklı iki ülke öğrencilerinin kaynaşmasına ne gibi tesir ettiği üzerinde de durulacaktır.

Bu çalışmanın bundan böyle eğitim modelleri konusunda yapılacak çalışmalara ışık tutabileceği umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim Teknolojileri, İnovasyon, Ortak Sınıf, Kültürlerarası Kaynaşma.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**INTERACTION AND COOPERATION OF TURKISH WORLD STUDENTS:
IMPLEMENTATION AND RESULTS OF THE “COMMON CLASSROOM”
PROJECT CALLED “CULTURE AND POLITICS IN EURASIA”**

İsrafil KURALAY*

Zebiniso KAMALOVA*

ABSTRACT

Today, when technology is developing rapidly and mass communication systems are changing, traditional mass media are replaced by interactive media. The issue of what kind of innovations can be made in educational methods in parallel with these new technological developments has been among the topics discussed by educators, especially in the last twenty years. New communication technologies and the internet make possible unimaginable and impossible applications in education until recently. So much so that educational institutions of countries located on different continents or geographies can provide joint, real-time, and interactive lessons, and students can easily communicate, get to know each other, and, socialize. This new application does not have a specific cost and eliminates the difficulty and necessity of students going from one country to another.

This study aims to reveal the impact of technological developments in the internet and new communication technologies on education and the fusion of similar and common cultures. In this context, what kind of learning will the “Common Classroom” project called “Culture and Politics in Eurasia”, based on the real-time, interactive, and videoconference system conducted by Istanbul Ticaret University together with Bukhara State University, lead to among the students attending the course from Türkiye and Uzbekistan. It will be emphasized that it leads to interaction and cohesion. Within the scope of the study, the effect of this practice will be investigated by conducting in-depth interviews with the students taking the course. In addition, it will be emphasized

* Dr. İsrafil KURALAY, İstanbul Ticaret Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanı, kuralayis@gmail.com ,
ORCID: 0000-0003-1730-0336

* Dr. Öğretim Üyesi, Zebiniso KAMALOVA, İstanbul Ticaret Üniversitesi, zkamalova@ticaret.edu.tr,
ORCID: 0000-0001-7703-0011



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

how it affects the integration of students from two countries with common culture and civilization. Hopefully, this study can shed light on future studies on education models.

Keywords: Communication Technologies, Innovation, Common Class, Intercultural Fusion.



SAVUNMA SANAYİNDE İNOVASYON STRATEJİSİNİN UYGULANMASINA İLİŞKİN BİR ÖRNEK VAKA ÇALIŞMASI

Murat YALÇINTAŞ •

ÖZET

Son yıllarda savunma sanayindeki yenilikçi yaklaşımlar ivme kazanmıştır. Bu sektördeki inovasyon çalışmalarının diğer sektörlerden farklılık arz etmesinin temel sebebi öncelikle savunma sanayinin ülkenin bekasını doğrudan etkilemesidir. Diğer sebebi ise savunma ürünleri müşterilerinin silahlı kuvvetler ile benzeri devlet kurumları olduğundan, savunma projelerinin genelde devlet tarafından finanse edilmesi ve ilgili projelere özel sektör firmalarının ayrabileceğinden çok daha fazla kaynak ayrılmasıdır. Bu gelişmeler perspektifinde sivil sektördeki birçok yeni ürün savunma sanayi projelerinden kaynaklanmış olup, ilerleyen süreçte sivil alandaki kullanıma evrilmiştir. Dolayısıyla savunma sektörü firmalarının ürün geliştirmede doğru stratejileri kullanmaları firma sürdürülebilirliği, ülke güvenliği ve toplum refahı açısından hayati öneme sahiptir. İşletmelerin ürün geliştirirken benimsedikleri yenilikçilik stratejileri saldırgan, savunmaya yönelik ve taklitçi stratejiler olmak üzere üç ana başlık altında incelenmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin en büyük savunma sanayi firmalarından birinin uyguladığı ürün geliştirme süreçlerini incelemek ve kullanılan süreçleri yenilikçilik stratejileri bağlamında analiz etmektir. Araştırma verileri 2021-2024 yılları arasında nitel yöntem kullanılarak derlenmiş olup gözlem, görüşme ve doküman analizlerine dayanmaktadır. Çalışmada ilgi şirketin savunmacı bir yenilikçilik stratejisi benimsediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma alanında özgün olup, savunma sanayi alanındaki işletmelere, kamu yöneticilerine ve literatüre önemli bir katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Savunma sanayi, yenilikçilik stratejileri, inovasyon uygulamaları.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

A CASE STUDY ON THE IMPLEMENTATION OF THE INNOVATION STRATEGY IN THE DEFENSE INDUSTRY

Murat YALÇINTAŞ*

ABSTRACT

Innovative approaches in the defense industry have gained momentum in recent years. The main reason why innovation efforts in this sector differ from other sectors is that the defense industry directly affects the survival of the country. Another reason is that since the customers of defense products are the armed forces and similar government institutions, defense projects are generally financed by the state and much more resources are allocated to the relevant projects than private sector companies can allocate. From the perspective of these developments, many new products in the civilian sector originated from defense industry projects and evolved into use in the civilian field in the future. Therefore, defense sector companies need to use the right strategies in product development regarding company sustainability, national security, and social welfare. The innovation strategies adopted by businesses when developing new products are examined under three main headings: offensive, defensive, and imitative strategies. This study aims to examine the product development processes implemented by one of Türkiye's largest defense industry companies and to analyze the processes used in the context of innovation strategies.

The research data was compiled using the qualitative method between 2021-2024 and is based on observation, interviews, and document analysis. The study concluded that the company in question adopted a defensive innovation strategy. It is original in the field of research and is expected to significantly contribute to businesses, public administrators, and the literature in the defense industry.

Keywords: Defense industry, innovation strategies, innovation implementation.

* Prof. Dr. Murat YALÇINTAŞ, İstanbul Ticaret Üniversitesi, myalcintas@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7993-7853



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

DÜNYA'DA YETKİNLİK VE DÖNÜŞÜM UYGULAMALARI- GAZİANTEP MODEL FABRİKA ÖRNEĞİ

Necdet ŞENSOY*

ÖZET

Model fabrika, işletmelerde operasyonel mükemmeliyet ilkelerinin ve deneysel öğrenme tekniklerinin, ölçeklenebilir bir şekilde yaygınlaştırılmasını sağlayan bir araç olarak tanımlanabilir. Model Fabrikalar; uygulamalı hizmetler sunan, sunulan eğitim ve danışmanlık sonrasında işletmelerde verimlilik dönüşümü sağlayan merkezlerdir.

Dünya'nın birçok yerinde uygulanan model fabrika çalışmaları Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından desteklenmektedir.

Ülkemizde de Türkiye Cumhuriyeti, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonunda başlatılmış olup, ulusal ve uluslararası fonlar aracılığıyla 8 adet Model Fabrika'nın (Adana, Ankara, Bursa, Gaziantep, İzmir, Kayseri, Konya ve Mersin illerinde) kurulumu tamamlanmış ve faaliyete geçmesi sağlanmıştır.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) iş birliğinde yürütülen Organize Sanayi Bölgelerinde (OSB) Teknoloji Geliştirme Projesi, firmaların yenilik yönetimi konusunda farkındalıklarını artırmaya ve kapasitelerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Türkiye'de Uygulamalı KOBİ Yetkinlik Merkezi (Model Fabrika) kurulması amacını taşıyan proje kapsamındaki Gaziantep Model Fabrika; Gaziantep Sanayi Odası (GSO) ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) iş birliğinde hayata geçirilmiştir. Gerçek bir ürünün, üretimi için gerekli makina ve donanımı ve üretim süreçleri vardır. Bu üretim süreçleri üzerinden hazırlanan teorik ve uygulamalı müfredat ile Endüstri 4.0 yolunda yaşanması gereken dönüşümün 3 evresini işletmelerin karar vericilerine ve

* Prof. Dr. Necdet ŞENSOY, İstanbul Ticaret Üniversitesi, necdetsensoy@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2045-0020



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

liderlerine uygulatarak deneyimlemelerini sağlar ve kendi işletmelerinde dönüşümü başlatmaları için ufuk açar.

Gaziantep Model Fabrika'da ürün olarak dijital market terazisi seçilmiştir. Terazinin üretiminde 3 farklı üretim teknolojisi kullanılmaktadır. Bunlar; plastik enjeksiyon teknolojisi, talaşlı imalat teknolojisi ve sac işleme teknolojisidir. Model Fabrika bu teknolojiler ve üretim süreçleri üzerinden sektörlerden bağımsız her imalat sanayine hitap edecek uygulamalar ile dönüşümün başlangıç evresi olarak önce geleneksel üretim şartlarını, daha sonra yalın dönüşümün hayata geçirildiği yalın üretim şartlarını ve son olarak Endüstri 4.0 dijital unsurların entegre edildiği yalın dijital üretim sistemlerini deneyimlemektedir. Böylece işletmelerin dönüşümü başlatabilmeleri için bir yol haritası ve sistematik sunulmaktadır.

Gaziantep Model Fabrika'da özellikle KOBİ'ler, yalın ve dijital dönüşüm müfredatı ile bu yönde gelişmelerini başlatacak kapsamlı eğitim ve danışmanlık desteği alabildikleri gibi modülleri ayrı ayrı da alabilmektedirler.

Bildirimizde dünyada ve ülkemizde uygulanan model fabrika deneyimi anlatılacak, örneklerle üretkenliğe katkısı ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Model Fabrika, İnovasyon, Üretkenlik



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

INNOVATION CENTERS AND MODEL FACTORIES IN THE WORLD - GAZİANTEP MODEL FACTORY EXAMPLE

Necdet ŞENSOY*

ABSTRACT

The European Union (EU) and United Nations Development Programme (UNDP) initiates structural transformation in economy through the Innovation Centres and Applied Capability and Digital Transformation Centres (Model Factories). The centers provide guidance to enterprises on entrepreneurship, process innovation, digitalization and lean manufacturing to improve their competitiveness, prepare them for the new industrial revolution.

In this context, within the scope of the project aiming to establish an Applied SME Competence Center (Model Factory) in Türkiye; a Model Factory is established in Gaziantep besides others in different 7 places of the country.

It is realized in cooperation with Gaziantep Chamber of Industry (GSO) and United Nations Development Program (UNDP).

Gaziantep Model Factory has a real product, the machinery and equipment necessary for its production and production processes. With the theoretical and applied curriculum prepared through these production processes, it enables businesses to experience the 3 phases of the transformation that must be experienced on the way to Industry 4.0 by applying them to their decision makers and leaders, and opens the horizon for them to initiate the transformation in their own businesses.

Three different production technologies as plastic injection technology, machining technology and sheet metal processing technology are applied to show the comparative productivity results.

* Prof. Dr. Necdet ŞENSOY, İstanbul Ticaret Üniversitesi, necdetsensoy@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2045-0020



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Model Factory, through these technologies and production processes, experiences applications that will appeal to every manufacturing industry independent of the sectors, as the initial stage of the transformation, first the traditional production conditions, then the lean production conditions where the lean transformation is implemented, and finally the lean digital production systems in which the Industry 4.0 digital elements are integrated. Thus, a roadmap and systematic approach are presented for businesses to initiate the transformation.

The paper will introduce Gaziantep Model Factory Project and its impact on the productivity in Gaziantep manufacturing sector.

Keywords: Model Factory, Innovation, Productivity



YIKICI TEKNOLOJİLER VE GELECEK PERSPEKTİFİ

Abdül Halim ZAIM •

ÖZET

Bu çalışmada amaç Yıkıcı Teknolojilerin mevcut dijital ekosistemi nasıl ve ne hızda değiştirdiğini irdelemektir. Bilhassa teknolojik ve bilimsel gelişmelerin her geçen gün ivme kazandığı günümüzde, yıkıcı teknolojiler olarak adlandırılan ve yapay zekanın başı çektiği teknolojik gelişmelerin, sektörü ve bilhassa girişimci ekosistemini yakından etkilediği aşıkardır. 2010 yılından itibaren teknolojik gelişmelerin sistemi değiştirme kabiliyetinin bundan 50 yıl öncesi ile mukayese edildiğinde üstel olarak arttığı ve artık neredeyse her hafta mevcut bilgi birikiminin ikiye katlandığı görülmektedir. Bu hızda değişen bir ortamda mevcut firmaların statükocu yaklaşması mümkün olmadığından onların da bilhassa yeni girişimciler ve girişimci fikirler ile sürekli olarak değişime ayak uydurmaları gerekmektedir.

Bu çalışmada Yapay Zeka, Bulut Bilişim, Nesnelerin İnterneti, Biyoteknoloji ve Siber Güvenlik gibi alanlarda yapılan çalışmaların sektöre olan etkileri, mevcut meslek kollarında meydana gelmesi muhtemel değişiklikler, yeni istihdam alanları ve bireylerde beklenen yetkinlikler ve kurumlarda meydana gelmesi muhtemel değişiklikler irdelenmiştir. Bununla birlikte girişimcilerin yönelimleri ve gelecek projeksiyonları üzerinde çalışılmıştır. Kısaca bu çalışmada yakın gelecekte bizleri, sektörü ve bilhassa girişimci adaylarını bekleye değişimlere bir pencere aralanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yıkıcı Teknolojiler, Dijital Dönüşüm, Dijital Çağ.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

DISRUPTIVE TECHNOLOGIES AND FUTURE PERSPECTIVE

Abdül Halim ZAIM*

ABSTRACT

The aim of this study is to examine how and at what speed Disruptive Technologies change the current ecosystem. Especially today when the scientific and technological are gaining momentum day by day, it is obvious that the technological developments called disruptive Technologies and led by artificial intelligence closely affect the sector, and especially entrepreneurship ecosystem. Since 2010, it is observed that the ability of technological developments to change the system has increased exponentially compared to 50 years ago, and the existing knowledge is now doubling almost every week instead of every year. Since it is not possible for existing companies to approach the status quo in such a rapidly changing environment they need to constantly keep up with change, especially with the new entrepreneurs and entrepreneurial ideas.

In this study the effects of studies in areas such as Artificial Intelligence, Cloud Computing, Internet of Things, Biotechnology and Cyber Security on the sector, possible changes in existing professions, new employment areas, and competencies expected in individuals and prospective changes at the corporates are examined. In addition, the orientations and future projections of entrepreneurs were studied. In short, this study provides an overview of the changes that await us, the industry and especially entrepreneur candidates in the near future.

Keywords: Disruptive Technologies, Digital Transformation, Digital Age

* Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM, İstanbul Teknik Üniversitesi, azaim@itu.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

20.05.2024 MONDAY PROGRAM FLOW

SESSION 2: 14.15-16.00

**ENTREPRENEURSHIP and INNOVATION FROM and ECONOMY
PERSPECTIVE**

SESSION CHAIR: Prof. Dr. Elçin AYKAÇ ALP

**“Transforming Education and Social Norms to Unlock Innovative
Entrepreneurship for Sustainable Economic Growth in Türkiye”**

Adel TAYEH, Istanbul Ticaret University

Prof. Dr. Yusuf BALCI, Istanbul Ticaret University

“Akademisyenlerin Gözünden Akademik Girişimcilik: Bir Metafor Çalışması”

Assoc. Prof. Dr. Esra KIZILOĞLU, Selcuk University

**“Üniversite Öğrencilerinin Dijital Finansal Tutum ve Davranışlarının Girişimcilik
Eğilimi Üzerindeki Etkisi”**

Assoc. Prof. Dr. Gamze ŞEKEROĞLU, Selcuk University

**“Dijital Girişimcilik ve İnovasyon Sistemleri: Gelişmekte Olan Ülkeler
Perspektifinden Bir Tartışma”**

Assoc. Prof. Dr. Kazım KARABOĞA, Necmettin Erbakan University



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

TÜRKİYE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİK BÜYÜME İÇİN YENİLİKÇİ GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNÜNÜ AÇACAK EĞİTİM VE SOSYAL NORMLARIN DÖNÜŞTÜRÜLMESİ

Adel TAYEH*

Yusuf BALCI*

ÖZET

Türkiye'nin Küresel İnovasyon Endeksi Raporu 2023'te 132 ekonomi arasında 39. sırada yer alması ve Dünya Bankası verilerine göre yine 2023'te 11.938\$ olan kişi başına düşen GSYH Türkiye'nin inovatif yapısı ve ekonomik durumu hakkında ön bir bilgi vermektedir. Bu da Türkiye'yi Dünya Ekonomik Forumu (WEF), Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu (GCR) 2013 sınıflandırmasına göre verimlilik odaklı bir aşamadan inovasyon odaklı bir aşamaya geçişte konumlandırmaktadır. Ayrıca, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021/22 raporu, Türkiye'yi NECI 2021'de Okul Aşamasında Girişimcilik Eğitimi (2,06) ve kültürel ve sosyal normlar (3,68) alanlarında en düşük puanları alarak 35. sırada göstermektedir.

Türkiye'nin GII ve NECI sıralamaları ülkenin ekonomik büyümesinin önünde önemli bir mesele olduğunu göstermektedir. Düşük inovasyon ve daha az girişimcilik, düşük değerli mallara, düşük tasarruflara ve yüksek yatırım ihtiyacından dolayı yüksek sermaye girişi talebine yol açmaktadır. Yenilikçi girişimciliğin rolü, yüksek ekonomik büyüme yaratan ve yurtiçi tasarrufları artırarak ekonominin kendini finanse etmesini ve yabancı yatırımlara daha az bağımlı olmasını sağlayan yüksek değerli malların geliştirilmesini sağlamasından dolayı sürdürülebilir ekonomik büyüme için çok önemlidir.

Bu makale, Türkiye'de yenilikçi girişimcilik alanındaki sorunları tespit etmek için GEM 13 Girişimcilik Çerçevesi Koşullarını kullanmaktadır. Bu bağlamda, mevcut eğitim ve sosyal normlar inovasyonu engelleyen başlıca faktörler olarak tanımlanmaktadır.

* Adel TAYEH, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Technology and Innovation Consultant,

* Prof. Dr. Yusuf BALCI, İstanbul Ticaret Üniversitesi, ybalci@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2660-5361



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Ayrıca, daha derin bir anlayış kazanmak ve etkili düzeltici politikalar geliştirmek için bu sorunların tarihsel kök nedenlerini araştırmaktadır.

Makalede, girişimci sosyal ve kültürel normları geliştiren ve 4C Öğrenme Modeli (İletişim, İşbirliği, Yaratıcılık ve Eleştirel Düşünme) ya da Avustralya'daki ACARA 2012 girişimini kullanarak girişimcilik ilkelerini eğitime entegre eden politikalar için stratejiler önerilmektedir. Şüphesiz bu görüş ve öneriler politika yapıcılar, eğitimciler ve diğer paydaşlara hitap etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye'de ekonomik büyüme ve yenilikçi girişimcilik, girişimcilik eğitimi, sosyal ve kültürel normlar, Küresel Girişimcilik Monitörü (GEM)



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

TRANSFORMING EDUCATION AND SOCIAL NORMS TO UNLOCK INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP FOR SUSTAINABLE ECONOMIC GROWTH IN TÜRKİYE

Adel TAYEH*

Yusuf BALCI*

ABSTRACT

Türkiye's economic situation might be snapshot by its rank in the Global Innovation Index Report 2023 of 39th among 132 economies and GDP per capita of \$11,938.8 in 2023 according to the World Bank data, which places Türkiye in the transition from an efficiency-driven to an innovation-driven stage as per the classification of World Economic Forum (WEF), Global Competitiveness Report (GCR), 2013. Also, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021/22 report ranks Türkiye 35th in NECI 2021, with lowest scores in Entrepreneurial Education at the School Stage (2.06) and Cultural And Social Norms (3.68).

Türkiye's GII and NECI rankings indicate a significant challenge to its economic growth. Low innovation and less entrepreneurship lead to low-value goods, low savings, and high demand for capital inflow as high investment is required. The role of innovative entrepreneurship is crucial to sustainable economic growth in Türkiye since it drives the development of high-value goods that create higher economic growth and increase domestic savings thus enabling the economy to be more self-financed and less dependent on foreign investments.

This paper employs the GEM 13 Entrepreneurial Framework Conditions to identify issues in innovative entrepreneurship in Türkiye. It identifies current education and social norms as the primary factors hindering innovation. Additionally, the paper delves into the historical root causes of these issues to attain a deeper understanding and develop effective corrective policies.

* Adel TAYEH, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Technology and Innovation Consultant,

* Prof. Dr. Yusuf BALCI, İstanbul Ticaret Üniversitesi, ybalci@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2660-5361



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

It proposes strategies for policies that develop entrepreneurial social and cultural norms and integrate entrepreneurial principles into education using either the 4C Learning Model (Communication, Collaboration, Creativity, and Critical Thinking) or the ACARA 2012 initiative in Australia. These insights and recommendations are intended for policymakers, educators, and other stakeholders.

Keywords: Turkish economic growth and innovative entrepreneurship, entrepreneurial education, social and cultural norms, Global Entrepreneurship Monitor (GEM)



AKADEMİSYENLERİN GÖZÜNDEN AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK: BİR METAFOR ÇALIŞMASI

Esra KIZILOĞLU*

ÖZET

Amaç: Üniversitelerin yeni fikirler ortaya koymak, fikirlerini ve deneyimlerini ticarileştirmek ve toplumsal fayda yaratmak amacıyla yerel topluluklarla işbirliği yaptığı girişimcilik türüne akademik girişimcilik adı verilmektedir. Akademik girişimcilik, akademisyenler ve yatırımcılar için önemli bir alandır. Akademisyenlerin daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlaması ve toplumsal sorunlara çözüm sunması nedeniyle teşvik edilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Bu nedenle akademik girişimciliği anlamak ve girişimcilik bilincini akademisyenlere aşılacak önemlidir. Bu çalışmada akademisyenlerin akademik girişimciliğe bakış açısı metaforlar aracılığıyla belirlenmek istenmektedir. Bu amaçla Türkiye’de görev yapan akademisyenlere akademik girişimcilik algılarını tespit etmek üzere anket formu online kanallar üzerinden gönderilmiş ve toplanan veriler betimsel yaklaşımla ele alınmıştır.

Yöntem: Nitel araştırma deseninde kullanılan metafor yöntemi çalışmanın yöntemi olarak seçilmiştir. Veri toplamak için “Akademik girişimcilik.....gibidir. Çünkü.....” ifadesinin yer aldığı anket formu kullanılmıştır. Online olarak gönderilen anket formları yeterli sayıya ulaştıktan sonra betimsel yaklaşımla analiz edilecektir.

Bulgular: Çalışmanın uygulama aşaması hala devam etmektedir. Yeterli sayıda veri toplandıktan sonra elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile analiz edilecektir.

Özgünlük: Konuyla ilgili ne ulusal ne de uluslararası literatürde metaforik bakış açısıyla üretilen herhangi bir bilimsel çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca akademik girişimcilik konusunda ülkemiz akademisyenleri tam bir bilgi sahibi değildir. Bu alanda yapılan araştırmaların yetersizliği de bunuda göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: girişimcilik, akademik girişimcilik, metafor çalışması

* Doç. Dr. Esra KIZILOĞLU, Selçuk Üniversitesi, esraciftci@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6005-8755



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

ACADEMIC ENTREPRENEURSHIP FROM THE PERSPECTIVE OF ACADEMICS: A METAPHOR STUDY

Esra KIZILOĞLU*

ABSTRACT

Purpose: Academic entrepreneurship is a type of entrepreneurship in which universities collaborate with local communities to generate new ideas, commercialise their ideas and experiences and create social benefits. Academic entrepreneurship is an important area for academics and investors. It needs to be encouraged and supported because it enables academics to reach a wider audience and offers solutions to social problems. For this reason, it is important to understand academic entrepreneurship and to instil entrepreneurship awareness in academics. In this study, it is aimed to determine the perspective of academics on academic entrepreneurship through metaphors. For this purpose, a questionnaire form was sent to academics working in Türkiye through online channels to determine their perceptions of academic entrepreneurship and the collected data were analysed descriptively.

Method: The metaphor method used in qualitative research design was chosen as the method of the study. In order to collect data, a questionnaire form containing the statement "Academic entrepreneurship is like..... Because....." questionnaire form was used. The questionnaire forms sent online will be analysed with a descriptive approach after reaching a sufficient number.

Findings: The implementation phase of the study is still ongoing. After collecting enough data, the data obtained will be analysed with descriptive analysis technique.

Originality: There is no scientific study produced with a metaphorical perspective in neither national nor international literature on the subject. In addition, academics in our country do not have complete information about academic entrepreneurship. The insufficiency of research in this field also shows this.

Keywords: entrepreneurship, academic entrepreneurship, metaphor study

* Assoc. Dr. Esra KIZILOĞLU, Selçuk University, esraciftci@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6005-8755



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL FİNANSAL TUTUM VE DAVRANIŞLARININ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Gamze ŞEKEROĞLU*

ÖZET

Amaç: Günümüzün gerektirdiği dijital dönüşüm, hemen her alanda olduğu gibi finans, pazarlama, yatırım gibi alanlarda da çeşitli teknolojik yenilikleri beraberinde getirmektedir. Yeni teknolojilere kolay uyum sağlayan ve bu teknolojileri uygulama konusunda hızlı davranan kişiler, çağın gerisinde kalmamaktadırlar. Dijital çağın içine doğan ve dijital teknolojileri günlük hayatlarının bir parçası olarak gören yeni nesil ise adaptasyon konusunda daha şanslı konumdadır. Ancak bu adaptasyonun onların iş hayatına nasıl yansıtacağı ve girişimcilik potansiyellerine nasıl etki edeceği tam olarak bilinmemektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, dijital çağda iş hayatına girecek olan üniversite öğrencilerinin, dijital finansal tutum ve davranışlarının, girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini tespit etmektir.

Yöntem: Çalışmanın amacı doğrultusunda, Konya ilindeki üniversitelerde okuyan öğrencilerin dijital finansal tutum ve davranışlarının, girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla anket uygulaması yapılmıştır. Anket veri çözümlemesi için SPSS ve AMOS paket programları kullanılmıştır.

Bulgular: Araştırma amacına yönelik olarak geliştirilen üç hipoteze göre araştırma modeli oluşturulmuş ve bu modelin boyutlarına doğrulayıcı faktör analizi yapılarak yapısal geçerlilikleri ortaya konulmuştur. Model uyum değerleri göz önünde bulundurularak oluşturulan son modele göre dijital finansal tutumun dijital finansal davranış üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu hipotezi desteklenmiştir. Bunun yanı sıra dijital finansal davranışın girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak dijital finansal tutumun girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir.

Özgünlük: Günümüzde hem girişimciliğin hem de dijitalleşmenin önemi giderek artmaktadır. Özellikle yeni nesil bireyler, kendi iş fikirleriyle her geçen gün iş hayatına katılmanın yollarını aramaktadırlar. Bu sebeple, çağın gerektirdiği dijitalleşmenin bireylerin finansal boyuttaki

* Doç. Dr. Gamze ŞEKEROĞLU, Selçuk Üniversitesi, gamzetoraman@selcuk.edu.tr , ORCID:0000-0003-2280-6470



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

tutum ve davranışları açısından, girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışma sonuçlarının ulusal literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, finansal teknoloji, girişimcilik eğilimi.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

THE EFFECT OF UNIVERSITY STUDENTS' DIGITAL FINANCIAL ATTITUDES AND BEHAVIORS ON ENTREPRENEURSHIP TENDENCY

Gamze ŞEKEROĞLU*

ABSTRACT

Purpose: The digital transformation required today brings with it various technological innovations in fields such as finance, marketing and investment, as in almost every field. People who easily adapt to new technologies and act quickly in applying these technologies do not fall behind the times. The new generation, which was born into the digital age and sees digital technologies as a part of their daily lives, is in a luckier position in terms of adaptation. However, it is not fully known how this adaptation will reflect on their business life and how it will affect their entrepreneurial potential. In this regard, the aim of the study is to determine the effect of digital financial attitudes and behaviors on the entrepreneurial tendencies of university students who will enter business life in the digital age.

Method: In line with the purpose of the study, a survey was conducted to determine the effect of digital financial attitudes and behaviors of students studying at universities in Konya on their entrepreneurial tendencies. SPSS and AMOS package programs were used for survey data analysis.

Findings: A research model was created according to three hypotheses developed for the purpose of the research, and its structural validity was revealed by performing confirmatory factor analysis on the dimensions of this model. According to the final model created considering the model fit values, the hypothesis that digital financial attitude has a positive and significant effect on digital financial behavior was supported. In addition, it was concluded that digital financial behavior has a positive and significant effect on entrepreneurship tendency. However, no significant effect of digital financial attitude on entrepreneurial tendency was detected.

Originality: Nowadays, the importance of both entrepreneurship and digitalization is increasing. Especially new generation individuals are looking for ways to participate in business

* Doç. Dr. Gamze ŞEKEROĞLU, Selçuk Üniversitesi, gamzetoraman@selcuk.edu.tr , ORCID:0000-0003-2280-6470



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

life day by day with their own business ideas. For this reason, the effect of the digitalization required by the age on the entrepreneurial tendencies of individuals in terms of their financial attitudes and behaviors was investigated. It is thought that the study results will contribute to the national literature.

Keywords: Digital transformation, financial technology, entrepreneurship tendency.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

20.05.2024 MONDAY PROGRAM FLOW

SESSION 3: 16.00-17.45

AUTONOMOUS SYSTEMS - ENTREPRENEURSHIP and INNOVATION

SESSION CHAIR: Prof. Dr. Yusuf BALCI

“Akıllı Sinyalizasyon Sistemlerinin Trafik Güvenliği ve Verimlilik Üzerindeki Olumlu Etkisine İlişkin Bir Araştırma”

Prof. Dr. Mustafa ILICALI, Istanbul Ticaret University

“Why is the Choice of a Legal Structure a Dissonance Trap for Social Entrepreneurs?”

Postdoctoral Researcher Mohammad Mohsen LIAQAT, University of Porto

Asst. Prof. Dr. Teresa PROENCA, University of Porto

“Innovation in Türkiye and Egypt: The Role of National Culture”

Dr. Deena SALEH, Piri Reis University

“Girişimcilik Eğitiminin ve Dijital Pazarlama Okuryazarlığın Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Dair Bir Saha Araştırması”

Assoc. Prof. Dr. Emine Nihan Cici KARABOĞA, Necmettin Erbakan University

“Responsible Innovation: Ethical Entrepreneurship in the Biotechnology Sector”

Dr. Gökmen DURMUŞ, Gaziantep University

Asst. Prof. Dr. Zeliha YILDIRIM DURMUŞ, Gaziantep University

“The Impact of Foreign Employees in Aviation on Airline Objectives and Passenger Segments”

Owaim FARIS, Istanbul Ticaret University

Assoc. Prof. Dr. Hüseyin ARSLAN, Istanbul Ticaret University



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

AKILLI SİNYALİZASYON SİSTEMLERİNİN TRAFİK GÜVENLİĞİ VE VERİMLİLİK ÜZERİNDEKİ OLUMLU ETKİSİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

Mustafa ILICALI *

Muhammed Melikşah ÇAKALOĞLU *

ÖZET

Gelişen teknoloji ile birlikte özellikle fosil yakıtlı araçların üretimi tüm dünyada artmıştır. Bu artış ile aynı hızda gelişemeyen kentlerimizin altyapısından dolayı trafik sıkışıklığı yaşanmaktadır. Trafik sıkışıklığı ve trafik kazalarının azaltılması için günümüzde sinyalizasyon sistemlerinden yararlanılmaktadır. Ancak kavşakların yapısına uygun olarak tasarlanmayan ve sinyal süreleri optimize edilmeyen kavşaklarda sinyalizasyon sistemleri zaman kaybına, yakıt sarfiyatına, karbon emisyonlarının artmasına sebebiyet vermektedir. Trafik sıkışıklığının yoğun sinyalize kavşaklarda katlı kavşaklar akım sayısını azalttığı için bir çözüm alternatifi olarak yapılabilmektedir. Ancak günümüz şartlarında katlı kavşakların maliyetlerinin çok yüksek olması ve imalat aşamasında kavşağın kullanılmaması gibi birçok zorlukları mevcuttur. Bu nedenle trafik yoğunluğu fazla olan kavşakların ileri teknolojik adaptif kavşak sistemleri ile çözümlenmesi fayda maliyet açısından en efektif çözüm önerisidir.

Günümüzde akıllı sinyalizasyon sistemlerinin adaptif ve koordineli olarak çalışabilmesi için çeşitli sistemler kullanılmaktadır. Söz konusu sistemlerin en efektif kullanılabilmesi için tek bir kavşağın adaptif olarak kullanılması yerine birden çok kavşağın birbirleri ile koordineli olarak çalışması gerekmektedir.

Akıllı sinyalizasyon sistemi ile, kavşak kollarındaki trafik yoğunluğunu analiz eden sensörlerden aldığı trafik verileri ile kavşağı yapay zekâ tabanlı yöneten bir sistem

* Prof. Dr. Mustafa ILICALI, Istanbul Ticaret Üniversitesi, milicali@ticaret.edu.tr

* Muhammed Melikşah ÇAKALOĞLU, Istanbul Ticaret Üniversitesi, meliksah.cakaloglu@gmail.com



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

olarak teşkil edilecektir. Sistem kavşaktaki yoğunluğu anlık olarak analiz ederek, kavşağı gerçek zamanlı olarak yönetecektir. Sensörlerden alınan hareketli araç tespiti ve takibi, araçların sayımları, araçların sınıflandırılması kuyruklanma ölçümü, ortalama akım hızı tespiti akım yönü tespiti (Geliş-gidiş yönüne bağlı sayımlar) verileri sayesinde anlık olarak toplanan veriler yapay zeka tarafından analiz edilecek ve en optimal sinyal süreleri hesaplanarak kavşaktaki bekleme ve kuyruklanmaları en aza indirecektir.

Her saniye yoğunluk analizi yapılarak ihtiyaca göre yeşil süresi anlık olarak belirleme kabiliyetine sahip sistemler sayesinde kavşaklarda zamandan, yakıttan ve emisyonlardan kazanımlar elde edilecektir. Bu kazanımlar göz önünde bulundurulduğunda bölgesel adaptif kavşak sistemine yapılacak yatırımların çok kısa sürede ülke ekonomisine geri dönüşü sağlanmış olacaktır. Bu özet bildiriye açıklanan akıllı sinyalizasyon sistemine ait tarafımızca gerçekleştirilen bir uygulama örneği ana bildiriye dahil edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Akıllı Sinyalizasyon Sistemleri, Adaptif Kavşak, Sinyal Optimizasyonu



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

A RESEARCH ON THE POSITIVE IMPACT OF INTELLIGENT SIGNALING SYSTEMS ON TRAFFIC SAFETY AND EFFICIENCY

Mustafa ILICALI *

Muhammed Melikşah ÇAKALOĞLU *

ABSTRACT

With the increasing technology, especially the production of fossil fuel-powered vehicles has increased worldwide. Due to the inadequately developed infrastructure of our cities, traffic congestion occurs at a high rate. To reduce traffic congestion and accidents, signaling systems are utilized nowadays. However, signaling systems in intersections that are not designed according to the structure of intersections and whose signal durations are not optimized lead to time loss, fuel consumption, and increased carbon emissions. Elevated intersections can be constructed as an alternative solution in heavily signalized intersections where traffic congestion reduces the flow of traffic. However, there are many difficulties such as the high costs of elevated intersections and the inability to use the intersection during the manufacturing phase. Therefore, resolving intersections with high traffic density through advanced technological adaptive intersection systems is the most cost-effective solution proposal.

Various systems are used for intelligent signaling systems to work adaptively and coordinately today. For the most effective use of these systems, rather than using a single intersection adaptively, multiple intersections need to work coordinately with each other.

With the intelligent signaling system, it will be constituted as a system that manages the intersection based on artificial intelligence by analyzing traffic data received from sensors analyzing traffic density on intersection arms. The system will analyze the density at the intersection instantly and manage the intersection in real-time. Data collected instantly through sensors, such as moving vehicle detection and tracking,

* Prof. Dr. Mustafa ILICALI, Istanbul Ticaret Üniversitesi, milicali@ticaret.edu.tr

* Muhammed Melikşah ÇAKALOĞLU, İstanbul Ticaret Üniversitesi, meliksah.cakaloglu@gmail.com



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

vehicle counts, vehicle classification, queue measurements, average flow speed detection, and flow direction detection (counts depending on the direction of travel), will be analyzed by artificial intelligence, and the most optimal signal durations will be calculated to minimize waiting and queuing at the intersection.

Systems capable of analyzing density every second and determining green time instantly according to the need will lead to gains in time, fuel, and emissions at intersections. Considering these gains, investments in regional adaptive intersection systems will quickly provide returns to the country's economy. The main paper will include an application example of the intelligent signaling system implemented by our side, as described in this abstract.

Keywords: Intelligent Signaling Systems, Adaptive Intersections, Signal Optimization

TÜRKİYE VE MİSİR'DA İNOVASYON: ULUSAL KÜLTÜRÜN ROLÜ

Deena SALEH *

ÖZET

Amaç: İçinde yaşadığımız dinamik dünya, ekonomik büyümeyi, rekabetçiliği ve teknolojik ilerlemeyi teşvik eden faktörler olarak yenilikçilik, yaratıcılık ve girişimcilik üzerine araştırma yapılmasını gerektirmektedir. Bu çalışma, Mısır ve Türkiye'nin kültürel bağlamlarını göz önünde bulundurarak ulusal kültür ve inovasyon arasındaki ilişkiyi anlamayı amaçlamaktadır.

Yöntem: Her iki ülkenin kültürel özelliklerini ve bunların inovasyon üzerindeki etkilerini anlamak için teorik ve karşılaştırmalı bir yaklaşım benimsiyoruz. Teorik çerçeve iki kültürel model üzerine inşa edilmiştir: Hofstede'nin Kültürel Modeli ile GLOBE yaklaşımı ve inovasyon ölçümü olarak ise Küresel İnovasyon Endeksi (GII) kullanılmıştır.

Bulgular: Yüksek belirsizlikten kaçınma ve güç mesafesi gibi kültürel benzerlikleri paylaşımlarına rağmen, her iki ülke de bireycilik ve hoşgörü açısından farklılık göstermektedir; Mısır, Türkiye'ye kıyasla oldukça kolektivisttir. Her iki ülkede de eşitlikçilik eksikliğini yansıtan yüksek güç mesafesi, iletişimi ve inovasyonu engelleyebilmektedir. Her iki toplum da kısa vadeli yönelim konusunda yüksek puanlara sahiptir; bu da örneğin eğitime ve uzun vadeli getirilerine odaklanarak geleceği düşünen daha pragmatik bir yaklaşım gerektirmektedir. GII, GSYH'lerine oranla her iki ülkenin performansının da gelişmişlik düzeylerine göre beklenen seviyede olduğunu göstermektedir. İnovasyon alanında, her iki ülke de iş politikaları ve operasyonel istikrarla ilgili zayıflıklar sergilemekte ve inovasyon hızını yavaşlatan sistemik boşlukları ortaya çıkarmaktadır.

Özgünlük: Bu keşifsel çalışma teorik bir temel sağlamayı amaçlasa da, Mısır ve Türkiye'nin ulusal kültürel değerlerini ve diğer bağlamsal değişkenleri göz önünde bulundurarak yenilikçi kapasitelerini nasıl artırtabileceklerini daha fazla analiz etmek için ampirik çalışma kullanan gelecekteki araştırmalar gereklidir. MENA bölgesi gibi tek bir kültürel küme içinde bile kültürel

* Dr. Visiting Lecturer Deena SALEH^a, Piri Reis University, .deenasalih@outlook.com _ORCID: 0000-0003-4628-4064



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

boyutlara ilişkin skorlara odaklanmanın ötesine geçmek, inovasyon üzerine yapılacak daha ileri araştırmalar için bir ön koşuldur. Bu durum, her bir ülkede inovasyon faaliyetlerini engelleyen nedenleri tam olarak anlamak için çok yönlü bir yaklaşıma duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır. Ayrıca, GII'nin tanımladığı ülke bazlı yapısal zorluklar, toplumun kültürel yapısı göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Ulusal Kültür, İnovasyon, Türkiye, Mısır, Küresel İnovasyon Endeksi, Gelişme ekonomisi



INNOVATION IN TÜRKİYE AND EGYPT: THE ROLE OF NATIONAL CULTURE

Deena SALEH *

ABSTRACT

Purpose: A dynamic globe where we live necessitates research on innovation, creativity, and entrepreneurship as factors fostering economic growth, competitiveness, and technological advancement. This study aims to understand the relationship between national culture and innovation in Egypt and Türkiye, considering their cultural contexts.

Method: To understand both countries' cultural characteristics and their implications for innovation, we adopt a theoretical and comparative approach. The theoretical framework builds on two cultural models: Hofstede's cultural Model and the GLOBE approach, and the Global Innovation Index (GII) as a measurement of innovation.

Findings: Despite sharing cultural similarities like high uncertainty avoidance and power distance, both countries differ in individualism and indulgence, where Egypt is highly collectivist, compared to Türkiye. High power distance in both countries reflecting lack of egalitarianism can impede communication and innovation. Both societies have high scores on short-term-orientation, which necessitates a more pragmatic approach, considering the future, for example by focusing on education and its long-run returns. The GII shows that relative to their GDP, both countries' performance is at expectations for their level of development. In innovation, both countries exhibit weaknesses related to business policies, and operational stability, revealing systemic gaps that slow down the pace of innovation.

Originality: While this exploratory study aims to provide a theoretical foundation, future research using empirical work is necessary to further analyze how Egypt and Türkiye can increase their innovative capacity, considering their national cultural values and other contextual variables. Moving beyond a mere focus on scores on cultural dimensions, even

* Dr. Visiting Lecturer Deena SALEH^a, Piri Reis University, . deenasalih@outlook.com _ORCID: 0000-0003-4628-4064



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

within a single cultural cluster like the MENA region, is a prerequisite for research on innovation. This highlights the need for a multifaceted approach to understand the exact reasons impeding innovation activities in each country. Also, country-based structural challenges that the GII identifies should be considered while acknowledging the cultural structure of society.

Keywords: National Culture, Innovation, Türkiye, Egypt, Global Innovation Index, Development Economics.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNİN VE DİJİTAL PAZARLAMA OKURYAZARLIĞIN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ÜZERİNE ETKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNE DAİR BİR SAHA ARAŞTIRMASI

Emine Nihan CİCİ KARABOĞA*

ÖZET

Amaç: İşletmeler için önemli bir yapısal alan olan pazarlama faaliyetlerinin teknolojik dönüşüme uyum sağlaması ile birlikte dijital pazarlama kavramı ortaya çıkmıştır. Dijital pazarlama, geleneksel pazarlamadan biraz olsun farklılaşarak kendine özgü bir jargon ve bilişim sistemlerinin de devreye girmesiyle birlikte bir ekosistem oluşturmaktadır. Özellikle girişimciliğin giderek dijital girişimcilik kavramına evrildiği günümüzde girişimci olmak isteyen bireylerin bilişim sistemlerine özellikle de dijital pazarlamaya dair kazandıkları yetkinliklerin bu yoldaki etkileri araştırma konuları arasındadır. Bu nedenle üniversitelerin girişimci yetiştirme yolunda attıkları ilk adım olan müfredata eklenen girişimcilik eğitiminin dijital pazarlama bilgisi ile harmanlanmasının öğrencilerin girişimcilik eğilimine etkileri bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Yöntem: Araştırma değişkenler arasındaki nedensel bağların keşfedilmesi ve açıklanmasının amaçlayan araştırma türlerinden açıklayıcı bir araştırmadır. Kavramların birbiri arasındaki etkisini değerlendirmek amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden anket tercih edilmiştir. Bu anket oluşturulurken birinci bölümde örneklemin demografik projeksiyonunu belirlemeye yönelik demografik sorular sorulmuş, ikinci bölümde girişimcilik eğitiminin etkisini değerlendirmeye yönelik Balaban ve Özdemir'in 2008'deki araştırmasından geliştirilen 10 ifade, üçüncü bölümde dijital pazarlama okur yazarlığının etkisini incelemek adına ise Moorthy ve Sahid'in 2021'de yaptıkları araştırma da yer alan 30 ifade yer almaktadır. Oluşturulan bu anket üniversite öğrencilerinin oluşturduğu bir evrende özellikle dijital pazarlama ve girişimcilik eğitimlerini ders havuzunda bulunduran bölümlerin öğrencileri tercih edilmek istendiğinden yargısal örnekleme metodu ile belirlenmiş öğrencilere uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 18 ve Amos 21 istatistik paket programları yoluyla yordanarak araştırma sonuçları elde edilmiştir.

* Doç. Dr., Emine Nihan CİCİ KARABOĞA, Necmettin Erbakan Üniversitesi, enihancic@erbakan.edu.tr



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

Bulgular: Araştırmanın birinci bölümünde sorulan demografik sorulara yönelik yapılan analizlerde %54'ünün kadın , %46'sının erkek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi olduğuna inandığımız sorulardan biri olan “ 1. Derece yakınlarınızda girişimci var mı?” sorusuna ise %33 oranında var, %67 oranında yok cevabı verilmiştir. Sonrasında araştırma anketinin ikinci bölümünü oluşturan girişimcilik eğilimi ve dijital pazarlama okuryazarlığı sorularına yönelik yapılan analizlere geçilmiştir. Dijital Okuryazarlık Ölçeğinin uygulanan kitleden elde edilen veriler ışığında «yapısal geçerliliğini» test etmek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Toplanan verilerin faktör analizine uygunluğu öncelikle KMO Örneklem yeterliliği ve Bartlett Küresellik Testi ile analiz edilmiştir. Buna göre KMO:0,923>0,60 ve $p:0,000<0,05$ olduğu için toplanan verilerin bu ölçekteki değişimleri açıklamada kullanılabilceği ve örneklemin de yeterli düzeyde olduğu söylenebilir. Son olarak ise modele ilişkin oluşturulan hipotez testleri SPSS 18 programı ile analiz edilmiştir. Yapılan regresyon analizi sonucunda ise “Dijital okuryazarlığın girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.” H1 testi kabul edilmiş, “Dijital okuryazarlık boyutlarından dijital girişimciliğe katılım eğiliminin girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır” H1a hipotezi reddedilmiş, “Dijital okuryazarlık boyutlarından temel dijital pazarlama bilgisi girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.” H1b ve “Dijital okuryazarlık boyutlarından dijital girişimcilik bilgisi girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.” H1c hipotezleri kabul edilmiş; “Dijital okuryazarlık boyutlarından dijital pazarlama uygulama bilgisinin girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.” H1d ve “Dijital okuryazarlık boyutlarından temel sosyal medya kullanım bilgisinin girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.” H1e hipotezleri ise reddedilmiştir. Bu sonuçlara göre dijital pazarlama okuryazarlığının girişimcilik eğilimi üzerinde yoğun bir pozitif ve anlamlı bir etkisi olsa da bazı dijital pazarlama okuryazarlığı boyutlarına ilişkin bir etki olmadığı tespit edilmiştir.

Özgünlük: Bu araştırma özellikle girişimci ve yenilikçi bir kurum olmak isteyen üniversitelerin verdikleri girişimcilik eğitimleri yanında öğrencileri girişimciliğe sevk etme açısından farklı beceri ve yetkinliklerin etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır. Özellikle Türkiye’de pek çok üniversitenin pek çok bölümünde olan girişimcilik eğitimi yanında öğrenciler için sağlanacak olan dijital pazarlama eğitimlerinin girişimci olma yolundaki katkılarını hem üniversite yönetimine hem de öğrencilere anlatma açısından önemli olduğunu düşünmekteyiz.



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

Bu kapsamda ulusal yazında benzer çalışmaların varlığına ilişkin yapılan değerlendirme de dijital yetkinliklerin girişimcilik üzerinde etkisine dair çalışmaların varlığı tespit edilmiş fakat pazarlama özelinde olan araştırmaların azlığı göz çarpmıştır. Kendine has sistemiği nedeniyle dijital pazarlama okuryazarlığının ve girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimine dair etkilerine yönelik bir incelemenin bu boşluğu dolduracağına inanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: girişimcilik davranışı, dijital pazarlama okuryazarlığı, girişimcilik eğitimi



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

THE EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND DIGITAL MARKETING LITERACY ON ENTREPRENEURSHIP TENDENCY: A FELD STUDY ON UNIVERSITY STUDENTS

Emine Nihan CİCİ KARABOĞA*

ABSTRACT

Purpose: The concept of digital marketing has emerged as marketing activities, which are an important structural area for businesses, adapt to technological transformation. Digital marketing differs slightly from traditional marketing and creates an ecosystem with the introduction of its own jargon and information systems. Especially in today's world where entrepreneurship is gradually evolving into the concept of digital entrepreneurship, the effects of the competencies gained by individuals who want to become entrepreneurs regarding information systems, especially digital marketing, on this path are among their research topics. For this reason, the effects of blending entrepreneurship education added to the curriculum with digital marketing knowledge, which is the first step taken by universities towards raising entrepreneurs, on students' entrepreneurial tendencies constitute the main purpose of this research.

Method: Research is an explanatory study of the types of research aimed at the discovery and explanation of causal links between variables. Questionnaire from quantitative research methods was preferred to evaluate the influence of concepts between each other. When creating this survey, demographic questions were asked in the first part to determine the demographic projection of the sample, in the second part 10 statements developed from Balaban and Özdemir's research in 2008 to evaluate the impact of entrepreneurship education, and in the third part, in order to examine the impact of digital marketing literacy, the research conducted by Moorthy and Sahid in 2021 is also included There are 30 statements. This survey was applied to preferred students using the judicial sampling method, especially since students of departments that have digital marketing and entrepreneurship educations in the course pool are preferred in a universe formed by university students. Research results obtained by predicting the data obtained through the SPSS 18 and Amos 21 statistical package programs.

* Doç. Dr., Emine Nihan CİCİ KARABOĞA, Necmettin Erbakan Üniversitesi, enihancic@erbakan.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Findings: In the analysis of the demographic questions asked in the first part of the research, it was determined that 54% were female and 46% were male. In addition, the question “Are there any entrepreneurs in your first-degree relatives?”, which is one of the questions that we believe to have an impact on entrepreneurial tendency, was answered 33% yes and 67% no. Afterwards, we proceeded to the analysis of the questions on entrepreneurial tendency and digital marketing literacy, which constitute the second part of the research questionnaire. Factor analysis was applied to test the “structural validity” of the Digital Literacy Scale in the light of the data obtained from the applied population. The suitability of the collected data for factor analysis was first analyzed with KMO Sampling Adequacy and Bartlett Sphericity Test. Accordingly, since $KMO:0,923 > 0,60$ and $p:0,000 < 0,05$, it can be said that the collected data can be used to explain the changes in this scale and the sample is sufficient. Finally, the hypothesis tests related to the model were analyzed with SPSS 18 program. As a result of the regression analysis, “Digital literacy has a positive and significant effect on entrepreneurial tendency.” H1 test is accepted, H1a hypothesis “There is a positive and significant effect of digital entrepreneurship participation tendency among digital literacy dimensions on entrepreneurial tendency” is rejected, “Basic digital marketing knowledge among digital literacy dimensions has a positive and significant effect on entrepreneurial tendency.” H1b and “Digital entrepreneurship knowledge among digital literacy dimensions has a positive and significant effect on entrepreneurial tendency.” H1c hypotheses were accepted; “Digital marketing application knowledge from digital literacy dimensions has a positive and significant effect on entrepreneurial tendency.” H1d and “Basic social media usage knowledge among digital literacy dimensions has a positive and significant effect on entrepreneurial tendency.” H1e hypotheses were rejected. According to these results, although digital marketing literacy has an intense positive and significant effect on entrepreneurial tendency, it has been determined that there is no effect on some digital marketing literacy dimensions.

Originality: This research aims to measure the impact of different skills and competencies in terms of referring students to entrepreneurship in addition to entrepreneurship education provided by universities that want to become an entrepreneurial and innovative institution. Especially in Türkiye, we think that the digital marketing trainings that will be provided for students in addition to entrepreneurship education in many departments of many universities in Türkiye are important in terms of explaining their contribution to becoming an entrepreneur to both university administration and students.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

In this context, the evaluation of the existence of similar studies in the national paper also identified the existence of studies on the impact of digital competencies on entrepreneurship, but the lack of research specific to marketing was noticed. Due to its unique systematics, it was believed that a review of the effects of digital marketing literacy and entrepreneurship education on the entrepreneurial trend would fill this gap.

Keywords: girişimcilik davranışı, dijital pazarlama okuryazarlığı, girişimcilik eğitimi



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

BİYOTEKNOLOJİ SEKTÖRÜNDE ETİK GİRİŞİMCİLİK VE SORUMLU İNOVASYON

Gökmen DURMUŞ *

Zeliha YILDIRIM DURMUŞ *

ÖZET

Biyogirişimcilik olarak adlandırılan süreç fen bilimlerindeki yenilikleri piyasa ve toplum için değerli ürünlere dönüştürmektedir. Bu süreçte biyo-girişimciler tüm kaynaklarını pazardaki fırsatları kollamak; yaşam bilimlerinden inovasyonlar çıkarmak ve yeni girişimler aracılığıyla ürüne dönüştürüp piyasaya sürmek için kullanmaktadır. Girişimciler bazen kâr baskısı ile etik kaygılar arasında kalıp etik dışı ihlallere sürüklenmektedir. Bu sebeple biyoteknoloji şirketlerinden sorumlu liderlerin etik sorunları ele alırken daha dikkatli olmaları gerekmektedir. Zira bu sorunlar bazı durumlarda kasıtsız olsa bile öngörülemez uzun vadeli etkilere yol açmakta ve gelecek nesilleri olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu çalışma biyogirişimcilik, iş etiği ve bioetik arasındaki ilişkiyi irdelemektedir.

Araştırma, biyoteknolojik girişimleri zorlayan etik vakalardan ve sistematik literatür taraması yardımıyla daha önce yapılmış çalışmalardan yararlanmaktadır. Önceki çalışmalar; biyoteknoloji şirketlerinin araştırma suiistimali, bilgilendirilmiş onam -özellikle savunmasız popülasyonlarda-, araştırma verilerinin kötüye kullanılması, gizlilik ve mahremiyet ihlali, çıkar çatışması, hayvan deneyleri, klonlama, embriyo mühendisliği gibi ahlaki sorunlarla mücadele ettiğini göstermiştir.

Tasarım bebek sorunsalı (IVF), genetik tarama, ilaç üretim süreçleri, hastanelerin biyogüvenliği, biyoterörizm, biyolojik savaş, ekolojik felaket sorunları, fikri mülkiyet ve patentleme ihlalleri, genetiği değiştirilmiş organizmaların (GDO'lar) ekosistem ve biyolojik çeşitliliğe etkileri; sağlık hizmetlerine ulaşılabilirlik ve karşılanabilirlik, menfaatlerin;

* Dr. Öğr. Üyesi, Gökmen DURMUŞ, Gaziantep Üniversitesi, gokmendurmus@gantep.edu.tr , ORCID:

0000-0001-5809-8459

* Dr. Öğr. Üyesi, Zeliha YILDIRIM DURMUŞ, Gaziantep Üniversitesi, zyildirim@gantep.edu.tr , , ORCID:

0000-0001-5224-6553



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

bilim adamları, hastalar, yatırımcılar ve toplum gibi ilgili taraflar arasında adil bir şekilde dağıtılması biyoteknolojik girişicilikte karşılaşılan bazı etik konular arasında sayılabilir. Bu sorunlar; bilim insanlarını, girişimcileri, politika yapıcıları ve çoğunlukla kamuoyunu ilgilendirmektedir. Bu nedenle mevcut çalışma biyo-girişimcilik ile sorumlu ve etik liderlik konusunda literatüre bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: biyogirişimcilik, liderlik, inovasyon, girişimcilik



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

RESPONSIBLE INNOVATION: ETHICAL ENTREPRENEURSHIP IN THE BIOTECHNOLOGY SECTOR

Gökmen DURMUŞ *

Zeliha YILDIRIM DURMUŞ *

ABSTRACT

Innovations in life sciences can be turned into valuable products for the market and society through a process called as bio-entrepreneurship. During this process, bio-entrepreneurs look for and seize market opportunities, draw innovations from the life sciences, and use resources to launch products through new businesses. Pressures between prioritizing profit-making and ethical considerations may lead entrepreneurs to unethical violations. Leaders in charge of biotechnological companies should be careful in handling ethical issues because they may result in unforeseen long-term effects and impact future generations negatively even though it is unintended in some cases.

This study aims to explore the relationship among bio-entrepreneurship, business ethics, and bioethics. The study draws on previously conducted studies with the help of systematic literature review, and benefits from the ethical cases that challenge bio-technological ventures.

Studies showed that biotech companies tackled moral issues including research misconduct, informed consent -especially in vulnerable populations-, misuse of research data -privacy and confidentiality-, conflict of interest, animal experimentation, cloning, embryo engineering, in vitro fertilization (IVF) -baby designer problem-, genetic screening, genetically modified humans, drug production processes, biosafety, biosecurity of hospitals, misuse of biotechnologies as like in dual-use dilemma including bioterrorism, biological warfare and ecological disaster issues, intellectual property, patenting, risks of genetically modified organisms (GMOs) to ecosystems and biodiversity. Also, equity issues such as; affordability and access to healthcare, fair distribution of benefits and advantages among interested parties,

* Dr. Öğr. Üyesi, Gökmen DURMUŞ, Gaziantep Üniversitesi, gokmendurmus@gantep.edu.tr , ORCID:
0000-0001-5809-8459

* Dr. Öğr. Üyesi, Zeliha YILDIRIM DURMUŞ, Gaziantep Üniversitesi, zyildirim@gantep.edu.tr , , ORCID:
0000-0001-5224-6553



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

such as scientists, patients, investors, and society can be counted among some ethical issues in biotechnological entrepreneurship. Ethical issues in bio-entrepreneurship mostly concern scientists, entrepreneurs, policy-makers, and mostly with the public. For this reason, this study updates the literature on entrepreneurship and responsible and ethical leadership.

Keywords: bio-entrepreneurship, leadership, innovation, entrepreneurship, business ethics, bioethics



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

HAVACILIK SEKTÖRÜNDE YABANCI ÇALIŞANLARIN HAVAYOLU HEDEFLERİNE VE YOLCU SEGMENTİNE ETKİSİ

Owaim FARIS *

Hüseyin ARSLAN *

ÖZET

Küresel rekabet çağında, endüstrilerin hayatta kalma mücadelesi verirken farklılıklarını, bu farklılıklardan sağladıkları avantajlarla bir döngü içinde değerlendirerek rekabet ettiğini gözlemlemekteyiz. Ulaşım ve iletişim gibi alanlarda sınırların giderek ortadan kalkması, dünyanın her köşesine bağlantı kurmayı kolaylaştırmıştır. Küresel rekabetin artarak gelişmesi, özellikle havacılıkta belirgin bir şekilde görülebilmektedir. Havacılık sektörü, marka değerlerini belirlediği operasyon tipleri ve hizmet sunumlarıyla farklılaşarak öne çıkmaya çalışan merkezi konumunu üstlenmiş havayollarıyla gelişimini sürdürmektedir. Artık havayolları, sadece temel bir ulaşım aracı olarak değil, belirli bir vizyona sahip markalar olarak değerlendirilmektedir.

Ayrıca, havayolları, tercihler, değerler, yaşam tarzları vb. doğrultusunda bireysel tercihlere bağlılık duygusu oluşturarak ulusların ve farklı kesimlerin bayrak taşıyıcıları haline gelmiştir. Bu bağlamda, havayollarının büyüme stratejilerinde, geniş yolcu kitlelerini temsil etmeleri, uçuş ağlarını genişletmeleri ve rekabetçi pazarda fark oluşturmaları önemli bir rol oynamaktadır.

Araştırmamızın ilk bölümünde, seçili havayollarında çalışan yabancıların havayolu hedeflerini benimseme ölçüleri ve sürecine odaklanılmıştır. Sonrasında farklı dil, köken

* Owaim FARIS, İstanbul Ticaret Üniversitesi, owaim.faris@istanbulticaret.edu.tr; ORCID: 0000-0002-6265-1541

* Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi, harslan@ticaret.edu.tr; ORCID: 0000-0003-0046-8132



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

ve kültürlerden oluşan uluslararası yolcu havuzunda, seçili havayollarındaki yabancı çalışanların yolcular üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Konuyla ilgili mevcut araştırmalardan ulaşılabilen kaynaklardan yararlanarak konu hakkında yeterli bilgilere ulaşabilmek için literatür taraması yapılmış ve sentez yaklaşımı benimsenmiştir. İnceleme, Türk Havayolları, Emirates Havayolları, Lufthansa Havayolları ve Singapur Havayolları gibi örnek havayolu şirketleri ile ilgili yayınlar üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Araştırmamız yabancı çalışanların havayolu hedeflerini benimseme ölçüleri ve farklı yolcu segmentleri üzerindeki etkisini analiz ederek literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Türkçe ve İngilizce yazılı konuyla ilgili çalışmaların çoğalması ve mevcut araştırmalardan yola çıkarak yabancı çalışanların durumunu, fırsat ve riskleri ele alarak havayollarına öneriler sunmayı hedeflemektedir.

Bu çalışma; yabancı çalışanların, kültürel etkileşim, çeşitliliğe katkısı ve inovasyona teşvik edici boyutları gibi olumlu etkilerinin yanı sıra dil ve kültür değişikliklerinden kaynaklanabilen olumsuz durumların oluşumu ve bunlara ilişkin çözümlere ışık tutmaktadır. Çalışma sonucunda; küresel pazarda faaliyet gösteren havayolu firmalarının; farklı dil, yemek çeşitleri, ulusların tarihi ve kültürel değerleri ve simgelerini hizmet ve reklam kategorisine dahil etmelerinin olumlu etkileri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Havayolu hedefleri, Yabancı çalışanlar, Yolcu segmentleri



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

THE IMPACT OF FOREIGN EMPLOYEES IN AVIATION SECTOR ON AIRLINE OBJECTIVES AND PASSENGER SEGMENTS

Owaim FARIS *

Hüseyin ARSLAN *

ABSTRACT

In the age of global competition, we observe that industries compete by evaluating their differences in a cycle with the advantages they gain from those differences while struggling to survive. The gradual disappearance of borders in areas such as transportation and communication has made it easier to connect to every part of the world. The increasing development of global competition is particularly evident in aviation. The aviation sector continues to develop with centrally positioned airlines that try to stand out by differentiating themselves with the types of operations and service offerings that determine their brand values. Airlines are considered not only as a basic means of transportation but also as brands with a specific vision.

Furthermore, airlines have become the flag carriers of nations and different segments by creating a sense of loyalty to individual preferences in line with preferences, values, lifestyles, etc. In this context, representing large passenger masses, expanding their flight networks and making a difference in the competitive market play an important role in the growth strategies of airlines.

The first part of our research focuses on the measures and process of adoption of airline goals by foreign employees in selected airlines. Then, the effect of foreign employees on passengers in an international passenger pool consisting of different languages,

* Owaim FARIS, İstanbul Ticaret Üniversitesi, owaim.faris@istanbulticaret.edu.tr ; ORCID: 0000-0002-6265-1541

* Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi, harslan@ticaret.edu.tr ; ORCID: 0000-0003-0046-8132



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

origins, and cultures is examined. A literature review was conducted and a synthesis approach was adopted in order to obtain sufficient information on the issue by utilizing available sources and research on the issue. The review is based on publications related to certain airline companies such as Turkish Airlines, Emirates Airlines, Lufthansa Airlines and Singapore Airlines.

Our research aims to contribute to the literature by comprehensively analyzing the effect of foreign employees on adoption measures of airline goals and different passenger segments. It also aims to provide recommendations to airlines by addressing the situation of foreign employees, opportunities and risks based on the increase in the number of studies on the issue in Turkish and English and on available research.

This study sheds light on the positive effects of foreign employees such as cultural interaction, contribution to diversity and innovation, as well as the formation of negative situations that may arise from language and culture changes. As a result of the study, the positive effects of the inclusion of different languages, cuisines, historical, cultural, and national symbols in airline services and advertisements by airline companies operating in the global market were determined.

Keywords: Airline goals, Foreign employees, Passenger segments



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

21.05.2024 TUESDAY PROGRAM FLOW

SESSION 1: 10.00-11.30

ENTREPRENEURSHIP and INNOVATION from a MARKETING PERSPECTIVE

SESSION CHAIR: Prof. Dr. Necdet ŞENSOY

“Influencer Pazarlamannın Yeni Nesil Aracı: Sanal Influencer”

Assoc. Prof. Dr. Ömer AYDINLIOĞLU, Cumhuriyet University

Asst. Prof. Dr. Fikriye ÇELİK, Cumhuriyet University

“Pazarlama ve Yapay Zekâ Konusunda Yapılmış Yayınların Kavramsal Yapısının İncelenmesi: Bir Bibliyometrik Analiz”

Asst. Prof. Dr. Bora AÇAN, Yalova University

“İnovatif Bir Girişim Olarak Elektrikli Otonom Araçların Çok Yönlü Bir İncelemesi”

PhD Student Mehmet Çağrı KIZILTAŞ, Istanbul Ticaret University

“Sağlık Girişimcilerinin Pazarlama Alanında Karşılaştığı Zorluklar: Nitel Bir Çalışma”

Graduate Student Sevim KULCU, Istanbul Ticaret University

Graduate Student Mustafa ÖZEN, Istanbul Ticaret University

“Ülke Ekonomilerinde Girişimci Faaliyetlerin Yeri ve Önemi: Türkiye Özelinde Bir Araştırma”

Dr. Ömer Faruk ASLAN, Atatürk University



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

INFLUENCER PAZARLAMANIN YENİ NESİL ARACI: SANAL INFLUENCER

Ömer AYDINLIOĞLU*

Fikriye ÇELİK*

ÖZET

Çok amaçlı ve kolay erişilebilirliği dolayısıyla büyük bir hedef kitleye ulaşan sosyal medya kısa zamanda iş dünyasını da bu platformlara çekmeyi başarmış, kitleleri etkileme potansiyeli bulunan kişileri modern pazarlama faaliyetlerinin birer parçası durumuna getirmiştir. Bilindiği gibi etkileyen, fenomen ya da influencer olarak nitelenen kişilerin sosyal medyada üretilen içeriklerle sayısız takipçiye seslenme imkânı bulunmaktadır. Bu gerçeği fark eden şirketlerin kitleleri etkileme gücüne sahip bu kişilerden yararlanma düşüncesi giderek popüler bir reklam ve pazarlama stratejisi haline gelmiştir. Etkileyici, hatırlı veya influencer pazarlama olarak tanımlanan bu anlayış teknolojide yaşanan gelişmelerle yeni birtakım değişimlere uğramıştır. Burada sözü edilen değişimin mimarı ise kuşkusuz yapay zekâ teknolojisidir. Zira bugün influencer pazarlama yapay zeka teknolojisiyle kendi sanal karakterlerini üretme merkezli bir gündeme sahiptir. Böylece avatar olarak tanımlanan sanal karakterler giderek gerçek influencerların yerini almayı başarmaktadır. Bu çalışma yeni nesil pazarlamanın sanal influencer kullanımı pratiğini örnekler yardımıyla incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada Evidya markasının yapay zeka teknolojisiyle üreterek tüketiciyle buluşturduğu sanal influencer İdea ve Ford Türkiye'nin Mustang Mach-E otomobil reklamında yer verdiği sanal influencer Virtuel Alin uygulamaları vaka analizine tabi tutulmuştur. Henüz gerçek influencerların gerçekliği hakkında yürütülen tartışmalar sıcaklığını korurken alanyazını dijital dünyanın sanal influencerlarıyla tanıştırmaya dönük güncel bir katkı olması çalışmayı kayda değer kılmaktadır. Çalışma sonucunda sanal influencer uygulamasının konvansiyonel pazarlamaya yeni bir soluk getirdiği, düşük maliyet karşılığında yüksek farkındalık ortaya koyduğu ve dijital çağa uyumlu bir pazarlama stratejisi ürettiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Influencer Pazarlama, Sanal Influencer, Yapay Zekâ

* Doç. Dr. Ömer AYDINLIOĞLU, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, oaydinlioglu@cumhuriyet.edu.tr

* Dr. Öğr. Üyesi Fikriye ÇELİK, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, fcelik@cumhuriyet.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

THE NEW GENERATION TOOL OF INFLUENCER MARKETING: VIRTUAL INFLUENCER

Ömer AYDINLIOĞLU *

Fikriye ÇELİK *

ABSTRACT

Social media, which has reached a large target audience due to its multi-purpose and easy accessibility, has managed to attract the business world to these platforms in a short time and has made people with the potential to influence the masses a part of modern marketing activities. As it is known, people who are described as phenomena or influencers have the opportunity to address countless followers with the content produced on social media. The idea of companies realising this fact to benefit from these people who have the power to influence the masses has become a popular advertising and marketing strategy. This understanding, which is defined as influencer marketing, has undergone some new changes with the developments in technology. The architect of the change mentioned here is undoubtedly artificial intelligence technology. Because today, influencer marketing has an agenda centred on producing its own virtual characters with artificial intelligence technology. Thus, virtual characters defined as avatars are gradually replacing real influencers. This study aims to examine the practice of using virtual influencers in new generation marketing with the help of examples. In the research, the virtual influencer İdea, which is produced by the brand Evidea via artificial intelligence technology and brought together with consumers, and the virtual influencer Alin, which Ford Türkiye included in the Mustang Mach-E car advertisement, were subjected to case analysis. While the debates about the reality of real influencers are still hot, the study is a current contribution to introduce the literature to the virtual influencers of the digital world, which makes the study noteworthy. As a result of the study, it is seen that the virtual influencer application brings a breath of fresh air to conventional marketing, creates high awareness for low cost and produces a marketing strategy compatible with the digital age.

Keywords: Influencer Marketing, Virtual Influencer Marketing, Artificial Intelligence

* Doç. Dr. Ömer AYDINLIOĞLU, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, oaydinlioglu@cumhuriyet.edu.tr

* Dr. Öğr. Üyesi Fikriye ÇELİK, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, fcelik@cumhuriyet.edu.tr



PAZARLAMA VE YAPAY ZEKÂ KONUSUNDAKİ YAYINLARIN KAVRAMSAL YAPISININ İNCELENMESİ: BİR BİBLİYOMETRİK ANALİZ

Bora AÇAN*

ÖZET

Amaç: Teknolojideki hızlı gelişmeler ve dijital teknolojilerin yaygınlaşması, birçok alanda yapay zekâya yönelik inovatif uygulamaların kullanılmasına imkân vermektedir. Yapay zekâ araştırmaları sayesinde yapay zekâ teknolojilerindeki ilerlemeler ve inovasyonlar; içerik üretimi, sanal asistanlar ve kişiselleştirme gibi yapay zekâ tabanlı uygulamaların pazarlama alanında da kullanımına yol açmıştır. Bu bağlamda, araştırmanın amacı pazarlama ve yapay zekâ konusunda literatürde yer alan yayınları bibliyometrik analiz yöntemiyle inceleyerek mevcut eğilimi ve alanın kavramsal yapısını belirlemektir.

Yöntem: Scopus veri tabanında, başlığında İngilizce “pazarlama”, “yapay zekâ” ve “YZ” terimleri bulunan yayınlar taranmış ve 1985-2023 yılları arasındaki 320 yayın araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmada R-bibliometrix programı ve Scopus analizi sonuçları kullanılmıştır. Kavramsal yapıyı belirlemek için eş birliktelik ve tematik haritalama analizleri yapılmıştır. Kelime bulutu ve trend konular analizinin yanı sıra, en çok yayına sahip yazarları, kaynakları, kurumları, ülkeleri, disiplin alanlarını belirlemek için sıralama analizi yapılmış ve yazarların verimliliği Lotka Yasası ile değerlendirilmiştir.

Bulgular: En sık kullanılan yazar anahtar kelimelerinin yapay zekâ, pazarlama ve makine öğrenimi olduğu belirlenmiştir. Derin öğrenme, kişiselleştirme, sosyal medya pazarlaması, inovasyon ve e-pazarlama konularının 2023 yılında trend olduğu belirlenmiştir. Pazarlama ve yapay zekâ alanının, pazarlamada yapay zekâ, pazarlamada makine öğrenimine ve derin öğrenmeye dayalı yöntemler, veri madenciliği, yapay zekâ teknolojileri konularına odaklandığı görülmüştür. Pazarlamada yapay zekâ konusunun, sadece pazarlama ve yapay zekâyla ilgili kelimeleri değil ayrıca, pazarlamada yapay zekâ uygulamalarının muhatabı olan tüketiciyi belirten tüketici, müşteri, tüketici davranışı, müşteri deneyimi; yenilikleri belirten yaratıcılık ve inovasyon; tüketicilerin mahremiyeti açısından hassas davranılmasını belirten mahremiyet ve

* Dr. Öğr. Üyesi Bora AÇAN, Yalova Üniversitesi, bora.acan@yalova.edu.tr [_Orcid: 0000-0001-6380-](https://orcid.org/0000-0001-6380-897X)



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

etik kelimelerini de içerdiği görülmüştür. Tematik haritalama, başlıca temanın yapay zekâ teması olduğunu göstermiş ve alanın tematik evrimini ortaya koymuştur.

Özgünlük: Literatürde pazarlama ve yapay zekâyla ilgili yayınların bibliyometrik analiz ile incelendiği çalışmalar mevcut olsa da bu çalışmada, geri çekilen yayınlar ve hata düzeltmesi için yayınlanan dokümanlar dışında, pazarlama ve yapay zekâ konularının kesişimindeki tüm yayınlar kapsanarak alanın kavramsal yapısı kapsamlı bir şekilde incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Yapay Zekâ, Bibliyometrik Analiz.



EXAMINATION OF THE CONCEPTUAL STRUCTURE OF PUBLICATIONS ON MARKETING AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Bora AÇAN*

ABSTRACT

Purpose: Rapid developments in technology and the proliferation of digital technologies enable the use of innovative applications oriented to artificial intelligence in many fields. Thanks to artificial intelligence research, advances in artificial intelligence technologies and innovations were led to the use of artificial intelligence-based applications such as content generation, virtual assistants and personalization also in the field of marketing. In this context, the aim of the research is to determine the current trend and the conceptual structure of the field by examining the publications in the literature on the topic of marketing and artificial intelligence with bibliometric analysis method.

Method: In the Scopus database, publications with the English terms “marketing”, “artificial intelligence” and “AI” in their titles were searched, and 320 publications between the years of 1985 and 2023 were included in the research. R-bibliometrix program and Scopus analysis results were used in the research. To determine the conceptual structure, co-occurrence and thematic mapping analyses were carried out. In addition to word cloud and trend topics analysis, rank analysis was conducted to determine the authors, sources, institutions, countries and disciplinary areas with the most publications, and the productivity of the authors was evaluated with Lotka’s Law.

Findings: It was determined that the most frequently used author keywords were artificial intelligence, marketing and machine learning. It was determined that deep learning, personalization, social media marketing, innovation and e-marketing topics were trend in 2023. It was seen that the field of marketing and artificial intelligence focused on artificial intelligence in marketing, machine learning and deep learning-based methods in marketing, data mining, artificial intelligence technologies topics. It was seen that the topic of artificial intelligence in marketing included not only the words related to marketing and artificial intelligence but also consumer, customer,

* Dr. Öğr. Üyesi Bora AÇAN, Yalova Üniversitesi, bora.acan@yalova.edu.tr [Orcid: 0000-0001-6380-](#)



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

consumer behavior, customer experience which were the words for the consumer as the addressee of artificial intelligence applications in marketing; innovation and creativity which indicated innovations; the words of privacy and ethics which indicated to be acted sensitively with regards to privacy of consumers. Thematic mapping showed that the main theme is the theme of artificial intelligence and revealed the thematic evolution of the field.

Originality: Although there are studies in the literature in which publications related to marketing and artificial intelligence are examined by bibliometric analysis, in this study, the conceptual structure of the field was comprehensively examined by covering all publications at the intersection of marketing and artificial intelligence topics, except for retracted publications and documents published for error correction.

Keywords: Marketing, Artificial Intelligence, Bibliometric Analysis.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

İNOVATİF BİR GİRİŞİM OLARAK ELEKTRİKLİ OTONOM ARAÇLARIN ÇOK YÖNLÜ BİR İNCELEMESİ

Mehmet Çağrı KIZILTAŞ*

ÖZET

21.yüzyılın hareketlilik olguları sürdürülebilirlik, kentleşme ve dijitalleşmedir. Çevresel tahribat üst seviyeye ulaşmıştır ve petrole bağımlılık kırılması güç bir noktadadır. Petrol çevreye yüksek seviyede sera gazı salımları yapan bir yakıt türüdür. Elektrikli araçlar yenilikçi bir ulaştırma türüdür, çevrecidir ve enerji jeopolitiğini yeniden şekillendirecektir. Otonom araçlar elektrik enerjili araçlar olacaktır. Bu ulaştırma türü 21.yüzyılın en önemli hareketlilik girişimlerindedir. Otonom araçlar 21.yüzyıl ulaştırması ve kentini ciddi anlamda etkileyecektir. Fakat bu etkileme kademeli bir süreci ihtiva etmektedir. Yarım yüzyıl veya daha fazla sürecek bir karma trafik öngörülmektedir. Çünkü küresel ölçekte milyarlarca otomobilin trafikten bütünüyle ve kısa vadede çekilmesi beklenemez. Ayrıca dünya genelinde milyonlarca, Türkiye’de binlerce kilometre mevcut otomobil yollarının da tamamen terkedilerek kısa vadede otonom araçlara özgü milyonlarca kilometre yol inşası hem yapılabilir değildir hem de oldukça yüksek maliyetlidir. Dolayısıyla on yıllar alacak bu kademeli geçiş sürecinde otomobillerden ve otonominin farklı düzeylerindeki otonom araçlardan oluşan karma bir trafik ve mevcut karayollarının da otonom hale getirilmesi söz konusu olacaktır. Bu ise kapsamlı bir planlama ve entegre bir uygulamayı gerektirmektedir. Bu çalışmada elektrikli araçlar ve otonom araçların özellikleri ve gelişim süreci ortaya konulmuştur. Avantajları ele alınmıştır. Akabinde teknolojik özellikleri değerlendirilmiştir. Ekonomik ve kentsel açılardan incelenmiştir. Ardından küresel gelişmeler bağlamında gelecek öngörülere ortaya konulmuştur. Bu kapsamda sonuç ve öneriler paylaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Otonom araçlar, elektrik enerjisi, sürdürülebilirlik, ekonomik kalkınma

* M. Çağrı KIZILTAŞ, İstanbul Ticaret Üniversitesi, mckiziltas@ticaret.edu.tr,



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

A MULTIFACETED REVIEW OF ELECTRICAL AUTONOMOUS VEHICLES AS AN INNOVATIVE INITIATIVE

Mehmet Çağrı KIZILTAŞ*

ABSTRACT

The mobility phenomenon of the 21st century is sustainability, urbanization and digitization. Environmental destruction has reached a peak, and breaking oil dependency is a difficult job. Petroleum is a fuel that produces high levels of greenhouse gas emissions into the environment. Electric vehicle is an innovative and environmental mode of transport and will re-shape energy geopolitics. Autonomous vehicles will be electric vehicles. This transport mode is one of the most important mobility initiatives of the 21st century. Autonomous vehicles will seriously affect the transportation of the 21st century and the city. But this influence requires a gradual process. It is predicted that the hybrid traffic will last for half a century or more. Because, on a global scale, billions of cars are not expected to be withdrawn from traffic altogether in a short term. Moreover, abandoned abandoning of millions of kilometers of highways around the world, thousands of kilometres of highways in Turkey, and the construction of millions of miles of roads specific to autonomous vehicles in the short term are both impossible and quite expensive. Thus, this gradual transition to autonomy that involves a hybrid traffic of automobiles and autonomous vehicles at different levels of autonomy, and transition to autonomy of existing roads will take decades. This requires comprehensive planning and integrated implementation. The study revealed the characteristics and development process of electric vehicles and autonomous vehicles. Their advantages have been addressed. Technical characteristics have been evaluated. Its economic and urban perspective are examined. The forecasts were then made in the context of global developments. In this context, conclusions and recommendations have been shared.

Keywords: Autonomus vehicle, electric energy, sustainability, economic development

* M. Çağrı KIZILTAŞ, İstanbul Ticaret Üniversitesi, mckiziltas@ticaret.edu.tr,



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

ÜLKE EKONOMİLERİNDE GİRİŞİMCİ FAALİYETLERİN YERİ VE ÖNEMİ: TÜRKİYE ÖZELİNDE BİR ARAŞTIRMA

Ömer Faruk ASLAN*

ÖZET

Ülkeler sahip oldukları emek, sermaye, doğal kaynaklar ve girişimcilik unsurlarından oluşan üretim faktörlerini optimal seviyede kullanmak istemektedir. Üretim faktörlerinde girişimcilik değişkeni diğer üç faktörün üretime katılmasını sağlamasından dolayı çok önemlidir. Ülke içerisinde yaşanan tüm olaylar girişimciliği etkilemektedir. Hükümetler yatırımları artırmaya yönelik yapmış oldukları teşvikler tek başına yeterli olmayacaktır. Yatırımcıların üretim tesisi kurduklarında geleceğe güvenle bakabilmeleri sağlanmalıdır. Girişimcilik faaliyetleri aynı zamanda bir ekonominin ekonomik gücünü gösterdiğinden ülke ekonomisi hakkında bilgi vermektedir.

Amaç: Çalışma ülkelerin lokomotifi konumunda olan girişimcilik sayılarını göz önünde bulundurarak ülkemizin genel olarak ekonomik düzeyinin belirlenmesini amaçlamaktadır.

Yöntem: TÜİK'ten elde edilen 2009-2022 yıllarına ilişkin girişimcilik faaliyetlerine ait veriler (ikincil veri kaynakları) alınarak değerlendirilmektedir.

Bulgular: Ülkemizdeki girişimcilik faaliyetleri genel olarak artma eğilimi göstermektedir. Ancak ideal düzeyde olmadığı sonucuna varılmaktadır. Hükümetin özellikle rekabet avantajı sağlayacak alanlara yönelik teşvikler artırılarak uluslararası ticarete söz sahibi konumuna gelmelidir.

Özgünlük: Çalışma kapsamında yapılan literatür çalışmalarında konu (girişimcilik) genel olarak işletme alanında irdelendiği görülmektedir. Çalışmanın girişimciliği iktisadi olarak değerlendirmesi ve TÜİK'ten elde edilen güncel verileri ele alması özgünlüğünü oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Üretim Faktörleri, Girişimcilik, Firma, TÜİK, Ekonomik Güç.

JEL Sınıflandırması: E00

* Öğr. Gör. Dr. Ömer Faruk ASLAN., Atatürk Üniversitesi, ofaruk.aslan@atauni.edu.tr



THE PLACE AND IMPORTANCE OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES IN NATIONAL ECONOMIES: A RESEARCH SPECIFIC TO TÜRKİYE

Ömer Faruk ASLAN*

ABSTRACT

Countries want to use their production factors consisting of labor, capital, natural resources and entrepreneurship at an optimal level. The entrepreneurship variable in production factors is very important because it enables the other three factors to participate in production. All events occurring within the country affect entrepreneurship. The incentives provided by governments to increase investments will not be sufficient alone. Investors should be able to look to the future with confidence when they establish a production facility. Entrepreneurial activities also provide information about the country's economy as they show the economic power of an economy.

Purpose: The study aims to determine the general economic level of our country, taking into account the number of entrepreneurships that are the locomotives of the countries.

Method: Data on entrepreneurship activities for the years 2009-2022 obtained from TURKSTAT (secondary data sources) are evaluated.

Findings: Entrepreneurial activities in our country generally tend to increase. However, it is concluded that it is not at the ideal level. The government should have a say in international trade by increasing incentives, especially in areas that will provide competitive advantage.

Originality: In the literature studies conducted within the scope of the study, it is seen that the subject (entrepreneurship) is generally examined in the field of business. The originality of the study is that it evaluates entrepreneurship economically and deals with current data obtained from TURKSTAT.

Keywords: Production Factors, Entrepreneurship, Firm, TURKSTAT, Economic Power.

JEL Classification: E00

* Öğr. Gör. Dr. Ömer Faruk ASLAN., Atatürk Üniversitesi, ofaruk.aslan@atauni.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

21.05.2024 TUESDAY PROGRAM FLOW

SESSION 2: 11.30-13.00

**ENTREPRENEURSHIP and INNOVATION in TERMS of BUSINESS
MANAGEMENT**

SESSION CHAIR: Asst. Prof. Nihan YAVUZ AKSAKAL

“Aile İşletmelerinde Sürdürülebilir İnovasyon ve Başarılı Girişimler”

Asst. Prof. Dr. Andaç TOKSOY, Istanbul Kültür University

“Kurumsal İşletme Teknoloji Girişimi İş Birliklerinin Tematik Analizi: Türkiye Girişimcilik Ekosistemi Bakış Açısı”

Res.Asst. Merve ÇELİK, Istanbul Ticaret University

Assoc. Prof. Dr. Pınar BÜYÜKBALCI, Yıldız Technical University

“Kur’ân ve Hadislerde Yer Alan Girişimcilik Örneklerinin Güncellenmesi”

Prof. Dr. Abdulhamit BİRİŞİK, Marmara University

“Göçmen Girişimciliği: Teşvikler, Zorluklar ve Zorunluluklar”

Assoc. Prof. Dr. Fatma ŞENSOY, Istanbul Health and Technology University

“Ayakkabıcılık Sektörü İşletmelerinde Yetkinlik Yönetimi Stratejileri”

Graduate Student Aynur Begüm ÜNALER, Istanbul Ticaret University

Assoc. Prof. Dr. Hüseyin ARSLAN, Istanbul Ticaret University



AİLE İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR İNOVASYON VE BAŞARILI GİRİŞİMLER

Andaç TOKSOY*

ÖZET

Günümüzde önemli kavramlar olarak ele alınan inovasyon ve sürdürülebilirlik işletmelerin ekonomik büyüme stratejileri arasında ayrı bir öneme ve önceliğe sahiptirler. İnovasyon kısaca, işletmelere değer katan, yeni ürünlerin, hizmetlerin ve fikirlerin ortaya çıkma sürecini ifade etmektedir. Sürdürülebilir inovasyon ise; işletmelere ekonomik fayda sağlamanın yanı sıra çevresel ve toplumsal etki üreten, müşteri ve işletme değeri sağlayan ayrıca çevresel birçok etkiyi azaltan bir süreçtir. Bu süreçte mevcut ürün ve hizmetlerin de iyileştirilmesi esastır. Bu bağlamda gelecek nesiller için kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden günümüz ihtiyaçlarını karşılayan yeni ürünler, süreçler üreterek geliştirmek ve başlamak anlamına da gelmektedir.

Dünyanın her ülkesinde ekonominin en önemli yapı taşlarından birisi olan aile işletmeleri, gerek sosyal gerekse birçok iç ve dış faktörle birlikte yaşam döngüsü ve sürdürülebilirlik açısından çok önemli bir misyon üstlenmiştir. Küreselleşmenin de etkisiyle birlikte hızla değişen teknolojiler ve acımasız rekabet koşulları özellikle aile işletmelerinin sürdürülebilirliği açısından birçok zorluğu da beraberinde getirmiştir. Ancak aile işletmelerinde yönetim anlayışındaki kurumsal yönetim revizyonu aslında en büyük inovasyonu ifade edebilirken, bu inovasyon genellikle nesillerarası çatışmalara da sebep olabilmektedir.

Amaç: Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren Aile İşletmeleri ele alınarak sürdürülebilir inovasyon ve yapmış oldukları girişimler örneklerle araştırılacaktır.

Yöntem: Çalışmada ifade edilen temel kavramlar ile ilgili literatür taraması yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Aile işletmeleri, inovasyon, sürdürülebilirlik

* Dr. Öğr. Üyesi, Andaç TOKSOY, İstanbul Kültür Üniversitesi, a.oguz@iku.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

SUSTANIABLE INNOVATION AND SUCCESSFUL INITIATIVES IN FAMILY BUSINESS

Andaç TOKSOY*

ABSTRACT

Innovation and sustainability, which are considered important concepts today, have a special importance and priority among the economic growth strategies of businesses. Innovation briefly refers to the process of emergence of new products, services and ideas that add value to businesses. Sustainable innovation is; in addition to providing economic benefits to businesses, it is a process that produces environmental and social impact, provides customer and business value, and reduces many environmental impacts. In this process, it is essential to improve existing products and services. In this context, it also means developing and starting by producing new products and processes that meet today's needs without compromising the ability of future generations to meet their own needs. Family businesses, which are one of the most important building blocks of the economy in every country of the world, have undertaken a very important mission in terms of life cycle and sustainability, both socially and with many internal and external factors. With the impact of globalization, rapidly changing technological conditions and ruthless competition have brought about many difficulties, especially in terms of the sustainability of family businesses. However, while the corporate governance revision in the management approach in family businesses may actually represent the greatest innovation, this innovation can often cause intergenerational conflicts.

Aim: In this study, family businesses operating in Türkiye will be discussed and sustainable innovation and their initiatives will be investigated with examples.

Method: A literature review will be conducted regarding the basic concepts expressed in the study.

Keywords: Family business, innovation, sustainable

* Dr. Öğr. Üyesi, Andaç TOKSOY, İstanbul Kültür Üniversitesi, a.oguz@iku.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

KURUMSAL İŞLETME TEKNOLOJİ GİRİŞİMİ İŞ BİRLİKLERİNİN TEMATİK ANALİZİ: TÜRKİYE GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ BAKIŞ AÇISI

Merve ÇELİK*

Pınar BÜYÜKBALCI*

ÖZET

Kurumsal İşletmeler ile erken aşama teknoloji girişimleri arasındaki iş birlikleri son yıllarda akademik yazında geniş tartışma alanı bulan başlıklardan bir olmuştur. Bunun nedenleri arasında, “oyun bozucu” nitelikteki çevresel faktörlerin etkisiyle sürekli değişen endüstriyel alanlar ve artan sayıda oyuncu ile giderek karmaşık hale gelen pazar yapıları yer almaktadır. Çalışmada, tematik analiz ile bu iş birlikleri çerçevesindeki kilit temaların belirlenmesi, böylece literatürde ve uygulamada öne çıkan başlıkların ve daha derin analiz gerektiren alanların tespiti hedeflenmektedir. Çalışma, ilgili araştırma başlığındaki alanlara yönelik resmi ortaya koyarak, özellikle Türkiye’de bu iş birliklerinin hangi başlıklarda ele alınması gerektiğine yönelik bir yol haritası çizmeyi hedeflemektedir. Bu amaç doğrultusunda “corporate” ve “start-up” kelimeleri “collaboration”, “partnership”, “relationship”, “accelerator” ve “engagement” kelimeleriyle eşleştirilerek Web of Science, Springer, SCOPUS, Science Direct, Elsevier, EBSCO veri tabanlarında aramalar gerçekleştirilmiş, tespit edilen 36 makale detaylıca incelenmiştir. İş birlikleri için, öncüller, iş birliği karakterleri ve çıktılar olmak üzere üç önemli boyut belirlenmiştir. İş birliği öncülleri olarak firma büyüklüğü, deneyim, teknolojik bilgi ve yetkinlik ile ekosistem vurgulanmaktadır. İş birliği karakterleri ise iş birliği modelleri, süreci ve yapısıdır. İlgili literatürün bir kısmı, iş birliği modelleri arasındaki farklara odaklanmaktadır. Birçok makale, performans artışı için iş birliği sürecine odaklanmakta ve iş birliklerinin sahip olması gereken özellikleri ortaya koymaktadır. İş birliklerinin sonuçları olarak ise inovasyon performansı, rekabet avantajı ve finansal büyüme başlıkları dikkat çekmektedir. Türkiye’de girişimcilik ekosisteminin güçlendirilmesi ve sürdürülebilir bir inovasyon ortamının oluşturulması adına son yıllarda önemli adımlar atılmıştır. Türkiye’de iş birliklerinin ortaya çıkmasında kurumsal işletmelerin büyüklüğü, deneyimi ve teknolojik bilgisi ile girişimcilerin

* Arş. Gör. Merve ÇELİK, İstanbul Ticaret Üniversitesi, mcelik@ticaret.edu.tr , ORCID: 0000-0003-1737-2559

* Doç. Dr. Pınar BÜYÜKBALCI, Yıldız Teknik Üniversitesi, pbuyuk@yildiz.edu.tr, ORCID:0000-0002-932



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

yenilikçi fikirleri ve esnek yapısı önemli rol oynamaktadır. Yasal düzenlemeler, vergi politikaları ve finansman olanakları gibi faktörlerin iş birliklerinin yapısına olan etkisi dikkate alınmalıdır. Türkiye'deki kuluçka merkezleri ve iş birliği platformları, kurumsal işletmeler ile start-up'ların bir araya gelmesini sağlayan önemli araçlardır. Kuluçka merkezi ve hızlandırma programları ile açık inovasyon programlarına verilen önem artırılmalı ve iş birliklerini etkinliğini arttıran faktörler araştırılmalıdır. Özellikle iş birliği modellerinin çeşitliliği ve uygulanabilirliği üzerine yapılan analizler, Türkiye'deki iş birliklerinin başarısını anlamak ve etkinliğini arttırmak açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, gelişmekte olan bir ekonomi ekosisteminde, bu iş birliklerinin nasıl çalıştığı ve kendilerine özgü dinamikleri ilgili literatür için de önemli bir teorik katkı potansiyeli taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal işletme, erken aşama teknoloji girişimi, iş birlikleri



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

THEMATIC ANALYSIS OF CORPORATE ENTERPRISE-TECHNOLOG VENTURE COLLABORATIONS: A PERSPECTIVE FROM THE TURKISH ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM

Merve ÇELİK*

Pınar BÜYÜKBALCI*

ABSTRACT

Collaborations between Corporate Enterprises and Early-Stage Technology Ventures have emerged as one of the widely discussed topics in academic discourse in recent years. Among the contributing factors are the constantly evolving industrial landscapes due to disruptive environmental factors and the increasingly complex market structures with a growing number of players. This study aims to identify key themes within these collaborations through thematic analysis, thereby aiming to identify prominent topics in both literature and practice, as well as areas requiring deeper analysis. The study seeks to outline a roadmap for addressing these collaborations, particularly focusing on the topics under which these collaborations should be addressed in Türkiye. To achieve this goal, the terms "corporate" and "start-up" were paired with the words "collaboration," "partnership," "relationship," "accelerator," and "engagement," and searches were conducted in databases such as Web of Science, Springer, SCOPUS, Science Direct, Elsevier, and EBSCO, resulting in the identification and thorough examination of 36 articles. Three significant dimensions were identified for collaborations: antecedents, collaboration characteristics, and outcomes. Antecedents to collaborations include firm size, experience, technological knowledge, and ecosystem. Collaboration characteristics encompass collaboration models, processes, and structures. Some sections of the relevant literature focus on differences between collaboration models. Many articles concentrate on the collaboration process for performance enhancement and highlight the characteristics collaborations should possess. Noteworthy outcomes of collaborations include innovation performance, competitive advantage, and financial growth. In recent years, significant strides have been made to strengthen the entrepreneurial ecosystem in Türkiye and foster a sustainable innovation environment. The emergence of collaborations in Türkiye is significantly influenced by

* Arş. Gör. Merve ÇELİK, İstanbul Ticaret Üniversitesi, mcelik@ticaret.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1737-2559

* Doç. Dr. Pınar BÜYÜKBALCI, Yıldız Teknik Üniversitesi, pbuyuk@yildiz.edu.tr, ORCID:0000-0002-932



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

corporate enterprises' size, experience, and technological knowledge, as well as entrepreneurs' innovative ideas and flexible structures. Factors such as legal regulations, tax policies, and financing opportunities should be considered for the structure of collaborations. Incubation centers and collaboration platforms in Türkiye serve as essential tools bringing corporate enterprises and start-ups together. The significance of incubation centers, acceleration programs, and open innovation programs should be enhanced, and factors enhancing collaboration effectiveness should be investigated. Analyses focusing on the diversity and applicability of collaboration models are crucial for understanding and enhancing the success of collaborations in Türkiye. Additionally, in a developing economic ecosystem, understanding how these collaborations function and their unique dynamics holds significant theoretical potential for relevant literature.

Keywords: Corporates, early-stage technology venture, collaborations



KUR'ÂN VE HADİSLERDE YER ALAN GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİNİN GÜNCELLENMESİ

Abdulhamit BİRİŞİK *

ÖZET

Müslümanların günlük hayatların da sık sık okuduğu Mülk (Tebareke) sûresinin 2. âyetinde yüce Allah insanın yaratılmasının gerekçesini “.. Hanginizin iş (yapma) bakımından daha iyi olduğunu denemek için ölümü ve hayatı yaratan O’dur.” şeklinde buyurmuş; peygamberlerin ve diğer önemli şahsiyetlerin hayatları anlatılırken girişimciliğe dair sayısız örnekler verilmiştir. Meselâ, Kâbil kardeşi Hâbil’i öldürdüğünde bir karganın kendi cinsinden bir ölü kargayı gömmesini görüp kendisinin de aynı şeyi yapmaya yönelmesi, Nuh peygamberin o zamanın şartlarında imkansız gibi görünen gemi yapma işini aşama aşama gerçekleştirmesi, bir bataklığa saplanmak üzere olan Mısır’ı yaptığı girişimler ile kurtaran Yusuf peygamberin durumu, ciddi bir darlık yaşayan insanlara bir sed yaparak onları tehlikeden kurtaran Zülkarneyn... gibi girişimcilik ve liderliği çağrıştıran örnekler Kur’ân-ı Kerîm’de uzun uzun anlatılır. Resûlullah’ın (s.a.) önderliğinde bir İslâmî hayat yaşayan sahabe ataleti değil girişimciliği tercih etmiştir. Medine’ye hicret eden Muhacirler Ensar’ın imkan ve destek tekliflerine karşın genellikle bunu kabul etmemişler, kendilerine gelir getirici yollar aramaya başlamışlar bunda da başarılı olmuşlardır. Zira Resûl-i Ekrem onlara “İki günü birbirine denk düşen aldanmıştır.” buyurarak onlardan her zaman bir çaba içerisinde olmalarını ve bir iş yapmalarını talep etmiştir. Tembelliği ve başkasının sırtından geçinmeyi uygun görmeyen Resûl-i Ekrem “Yukarıdaki el aşağıdaki elden hayırlıdır. Yukarıdaki el veren eldir, aşağıdaki el ise alan/dilenen eldir.” buyurarak uyarının dozunu artırmıştır. İslâm’ın çok kısa bir zaman içinde dünyanın geniş bir kesimine yayılması ve müslümanların ilk yüz yıl içinde büyük bir başarı göstermesinde Kur’ân âyetlerinin ve hadîs-i şeriflerin çok büyük bir etkisi olduğu açıktır.

*Prof. Dr. Abdulhamit BİRİŞİK, Marmara Üniversitesi, abdulbir@marmara.edu.tr



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

Bugün bu âyet ve hadisleri yeniden gündeme almak ve hem bunların çağrışımını güncellemek hem de müslümanların zihinlerini bunlara göre güncellemek gerekmektedir. Bildirimiz bazısına yukarıda temas edilen örneklerden yola çıkarak girişimcilik konusunda yeni bir perspektif ortaya koymayı ve müslümanlara girişimcilik ve liderlik konusunda dini kaynaklar çerçevesinde yeni bir açılım sunmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Hz. Nuh, Hz. Yusuf, Mısır, Sahabe, İlerleme.



UPDATING THE EXAMPLES OF ENTREPRENEURSHIP IN THE QUR'AN AND HADITHS

Abdulhamit BİRİŞİK *

ÖZET

In the 2nd verse of Surah al-Mulk, which Muslims often recite in their daily lives, Almighty Allah explains the reason for the creation of man as "It is He who created death and life to test which of you is better at doing things." While describing the lives of prophets and other important figures, numerous examples of entrepreneurship are given. For example, when Cain killed his brother Abel, he saw a crow burying a dead crow of his own kind and tended to do the same thing, the prophet Noah's gradual realization of the work of building an ark, which seemed impossible under the conditions of that time, the situation of the prophet Joseph, who saved Egypt, which was about to get stuck in a swamp, with his attempts, and Dhul-Qarnayn, who saved people from danger by making a wall for people who were in serious distress... examples that evoke entrepreneurship and leadership are described at length in the Qur'an.

The companions who lived an Islamic life under the leadership of the Holy Prophet (pbuh) preferred entrepreneurship rather than inertia. The Muhajirs who migrated to Medina generally did not accept the Ansar's offers of opportunities and support, and they started to look for ways to generate income for themselves, and they were successful in this. The Messenger of Allah (pbuh) said to them, "He who has two days corresponding to each other is deceived" and asked them to always make an effort and do a job. The Holy Prophet (pbuh), who did not consider laziness and living on someone else's back, said, "The hand above is better than the hand below. The hand above is the hand that gives, and the hand below is the hand that receives/begs." It is clear that the verses of the Qur'an and hadiths had a great impact on the spread of Islam to a wide part of the world in a very short time and the great success of Muslims in the first hundred years.

* Prof. Dr. Abdulhamit BİRİŞİK, Marmara Üniversitesi, abdulbir@marmara.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Today, it is necessary to put these verses and hadiths back on the agenda and to update their connotations and to update the minds of Muslims accordingly. Based on the examples mentioned above, our paper aims to present a new perspective on entrepreneurship and to offer Muslims a new perspective on entrepreneurship and leadership within the framework of religious sources.

Keywords: Noah, Joseph, Egypt, Companions, Progress.



GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİĞİ: TEŞVİKLER, ZORLUKLAR VE ZORUNLULUKLAR

Fatma ŞENSOY*

ÖZET

Göçmen girişimciler, yabancı bir ülkede kendi işlerini kuran girişimcilerdir. Göçmen girişimciler, göç ettikleri ülkelerde daha evvel göç eden ve aynı kökenden gelen yerleşmiş kişilerle bireysel iletişimlerini kullanarak kendi işlerini kurmaktadır. Tüm dünya coğrafyasını etkileyen savaşlar, kıtlıklar, doğal afetler, iklim değişikliği, küreselleşme... gibi pek çok nedenle oluşan böylesi bir yer değiştirme faaliyeti ülke ekonomilerini derinden etkilemektedir. Göçler, ekonomik, sosyal, kültürel ve toplumsal yapılar üzerinde değiştirici ve şekillendirici etkiye sahiptir. Aynı etkiyi, göçmen girişimciler de göstermektedir. Çünkü göçmen girişimciler birçok ülkede istihdamı arttırarak ekonomik ve sosyal gelişmeye katkıda bulunmaktadır. Göçmen girişimciliğinin ekonomik, sosyal, kültürel etkileri oldukça önemlidir. Yapılan araştırmalar, verilen örnekler ve bu olguyu açıklayan kuramlar bu etkileşimi vermektedir. Göçmen girişimcilerin, geldikleri ülke ve anavatanları hakkında sahip oldukları görüşleri ve tecrübeleri ile küreselleşmeye ve uluslararası ticarete sağladıkları katkı yadsınamaz. Bununla birlikte göçmen girişimcilerin istihdamın ve refahın artmasındaki katkıları açıktır.

İrksal ayrımcılık, göçmenlerin çalıştıkları kurumlarda uygun iş imkânının olmaması, eğitim ve lisan eksikliği gibi dışsal güçler göçmenleri girişimciliğe yönlendirmede etkilidir. İş bulma konusunda yaşadıkları sorunlar ve karşılaştıkları kısıtlamalar nedeniyle pek çok göçmen, böylesi bir zorunluluk ile kendi işini kurma yani girişimciliği tercih etmektedir. Sosyal, yasal, maddi ve politik kısıtlamalar ise konumuz açısından göçmen girişimcilerin karşılaştıkları zorlukları göstermektedir.

Osmanlı'nın girişimci göçmenlerinden Silikon Vadisi'nin girişimci göçmenlerinin örnekleri ile girişimcilik ekosistemine katkıları üzerinden betimsel bir çalışma yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Göçmen girişimciler, Girişimcilik ekosistemi, Ekonomik ve sosyal gelişme

* Doç. Dr., Fatma ŞENSOY, İstanbul Sağlık ve Teknoloji Üniversitesi, fatma.sensoy@istun.edu.tr



IMMIGRANT ENTREPRENEURSHIP: INCENTIVES, CHALLENGES AND OBLIGATIONS

Fatma ŞENSOY*

ABSTRACT

Migrant entrepreneurs are entrepreneurs who set up their own businesses in a foreign country. Immigrant entrepreneurs start their own businesses by using their individual communication with settlers who have migrated before and come from the same origin in the countries they migrate to. Such a relocation activity, which occurs for many reasons that affect the world geography, such as wars, famines, natural disasters, climate change, globalisation, deeply affects the economies of the country.

Migrations have a transformative and shaping effect on economic, social, cultural and social structures. The same effect is shown by immigrant entrepreneurs. Because immigrant entrepreneurs contribute to economic and social development by increasing employment in many countries. The economic, social and cultural impact of immigrant entrepreneurship is very important. The researches, examples given and theories explaining this phenomenon give this interaction. The contribution of immigrant entrepreneurs to globalization and international trade with their views and experience about the country and their homeland is undeniable. However, the contribution of immigrant entrepreneurs in increasing employment and prosperity is clear.

External forces such as racial discrimination, lack of appropriate employment opportunities in the institutions where migrants work, and lack of education and language are effective in directing migrants to entrepreneurship. Due to the problems they face in finding a job and the restrictions they face, many immigrants prefer to start their own business with such a necessity. Social, legal, material and political constraints show the challenges faced by immigrant entrepreneurs.

A descriptive study will be carried out on the contributions of the enterprising immigrants of the Ottoman Empire to the entrepreneurial ecosystem with the examples of the entrepreneurial immigrants of Silicon Valley.

Keywords: Migrant entrepreneurs, Entrepreneurship ecosystem, Economic and social development

* Doç. Dr., Fatma ŞENSOY, İstanbul Sağlık ve Teknoloji Üniversitesi, fatma.sensoy@istun.edu.tr



AYAKKABICILIK SEKTÖRÜ İŞLETMELERİNDE YETKİNLİK YÖNETİMİ STRATEJİLERİ

Aynur Begüm ÜNALER*

Hüseyin ARSLAN*

ÖZET:

Günümüzde ayakkabı sektörü başta olmak üzere farklı sektörlerdeki işletmeler, çalışanları işe alım, performans değerlendirme, eğitim ve geliştirmede yeni strateji arayışındadır. Bu bağlamda bazı ayakkabı işletmeleri yetkinliklere dayalı insan kaynakları yönetim stratejilerini uygulamaya çalışmaktadırlar.

Amaç: Ayakkabı sektörü, Türkiye’de son yıllarda önemli gelişmeler kaydetmiş ve istihdamı artıran sektörlerden biri olmuştur. Bu araştırmanın amacı ise ayakkabı sektöründe insan kaynaklarında kullanılan yetkinlik yönetimi stratejileri konusunu incelemektir.

Yöntem: Bu çalışma; ayakkabı sektöründeki markalar, çalışanlar, ayakkabı imalat sanayi, üreticiler, ayakkabıcılık faaliyetinde bulunan küçük ölçekli ve büyük ölçekli işletmelerin, işe alımlarında yetkinlik yönetimi uygulamalarını literatürel kaynaklara dayalı olarak ele almaktadır.

Bulgular: Ayakkabı sektöründeki işletmelerde, yetkinlik yönetimine ve yetenek yönetimine dayalı stratejiler uygulanmaktadır. Bunların yanında işe alımlarda klasik insan kaynakları yöntemi stratejileri de uygulanmaktadır.

Sonuç: Türkiye’de ayakkabı sektörü profesyonelleşme yönünde yol almakta ve yetkinliklere dayalı insan kaynakları yönetim stratejilerini uygulamaları ile gelişmektedir. Ayakkabı sektöründe yetkinlik yönetimi stratejilerini uygulama modellerinin işletmelerde hızlı bir şekilde içselleştirilmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yetkinlik, Yetkinlik yönetimi stratejileri, ayakkabı sektörü.

* Aynur Begüm ÜNALER, İstanbul Ticaret Üniversitesi, aynurbegum@hotmail.com

* Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi, harslan@ticaret.edu.tr , ORCID: 0000-0003-0046-8132



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

COMPETENCY MANAGEMENT STRATEGIES IN SHOE INDUSTRY BUSINESSES

Aynur Begüm ÜNALER*

Hüseyin ARSLAN*

ABSTRACT

Today, businesses in different industries, especially the shoe industry, are looking for new strategies in recruitment, performance evaluation, training and development. In this context, some shoe businesses are trying to implement human resources management strategies based on competencies.

Purpose: The shoe industry has made significant progress in recent years in Türkiye and has become one of the sectors that has increased employment. The purpose of this research is to examine the issue of competency management strategies used in human resources in the shoe industry.

Method: This study deals with the brands and employees in the shoe industry, shoe manufacturing industry, manufacturers, competency management practices in the recruitment of small-scale and large-scale enterprises engaged in shoemaking activities based on sources in the literature.

Findings: Strategies based on competence management and talent management are implemented in shoe industry enterprises. In addition, classical human resources methods strategies are also applied in recruitment.

Conclusion: The shoe industry in Türkiye is moving towards professionalization and is developing with the implementation of competency-based human resource management strategies. It is necessary to internalize and develop models for implementing competency management strategies quickly in businesses in the shoe industry.

Keywords: Competency management strategies, shoe industry, Human resources management

* Aynur Begüm ÜNALER, İstanbul Ticaret Üniversitesi, aynurbegum@hotmail.com

* Doç. Dr. Hüseyin ARSLAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi, harslan@ticaret.edu.tr , ORCID: 0000-0003-0046-8132



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

21.05.2024 TUESDAY PROGRAM FLOW

SESSION 3: 14.15-15.45

**ENTREPRENEURSHIP and INNOVATION from a FINANCIAL and LEGAL
PERSPECTIVE**

SESSION CHAIR: Prof. Dr. İbrahim SUBAŞI

“Finansal Gelişmişlik Düzeyinin Bölgesel Girişimcilik Faaliyetleri Üzerine Etkisi”

Asst. Prof. Dr. Ahmet Rutkay ARDOĞAN, Istanbul Beykent University

**“Finansal Teknolojiler Özelinde Gelişen Teknolojilere İlişkin Hukuki
Değerlendirme Esasları”**

Asst. Prof.Dr. M. Fatih CENGİL, Istanbul Ticaret University

“Türk Girişimciliğinde Almanya Örneği “

Asst. Prof. Dr. Kazım KILINÇ, Istanbul Esenyurt University

**“Kadın İstihdamının Artırılması Anlamında İnovasyonun Sağlanmasına Yönelik
Hukuksal Yaklaşımlar”**

Asst. Prof. Dr. Özgür BAŞYİĞİT, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

**“E-Denetim Sisteminin Hazine ve Maliye Bakanlığının İnovasyonu Açısından
Önemi”**

Assoc. Prof. Dr. Doğan BOZDOĞAN, Tokat Gaziosmanpaşa University



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

FINANSAL GELİŞMİŞLİK DÜZEYİNİN BÖLGESEL GİRİŞİMCİLİK FAALİYETLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

Ahmet Rutkay ARDOĞAN *

ÖZET

Finansal kaynaklar ve finansal kaynaklara erişim girişimcilik faaliyetlerinde çevresel belirleyicilik açısından önemli bir faktördür. Girişimcilik faaliyetinin başarıya ulaşabilmesi sadece girişimcinin kendisine bağlı değildir, aynı zamanda dış kaynaklardan edinecek finansman da önemlidir. Alınan fon miktarı, erişim hızı, finansal kurumlara ulaşabilme, devletten sağlanan finansman, potansiyel bir girişimcilik fırsatını yeni bir girişim yaratımına dönüştürmek için hayatidir. Bu çalışmanın amacı, bir bölgenin finansal kalkınmışlık/gelişmişlik seviyesi ile o bölgedeki girişimcilik aktivitelerinin sayısı arasındaki ilişkiyi Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin NUTS2 bölgeleri bağlamında incelemek ve bölgesel finansal gelişmişlik seviyesinin girişimcilik faaliyetleri üzerindeki etkileri araştırmaktır.

Çalışmada, finansal kalkınmışlığın girişimcilik aktivitesine etkisinin incelenmesi kapsamında, bölgesel düzeyde ampirik analiz yapılmıştır. Hem ülkeler arası kurumsal farklılıkların az olması, hem de gerekli verilere ulaşılabilirliğin kolaylığı açısından Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin bölgelerine odaklanılmıştır. Ayrıca, ülkeler arası bir çalışma yerine bölgeler arası bir çalışma, girişimcilik düzeyi üzerindeki kültürel ve dinsel etkilerin kontrol edilmesine yardımcı olabilir.

Literatürde bu konuda yapılmış kısıtlı sayıda çalışmanın yalnızca ülke düzeyine odaklanıp bölge düzeyinde yapılmamış olması, ayrıca farklı ülkelerin bölgeleri yerine sadece ülkeler arası farklara odaklanılmış olması, literatürde bu alanda yapılmış çalışmaların bir eksiği olarak göze çarpmaktadır.

STATA istatistiksel analiz programı kullanılarak Avrupa Birliği üyesi 21 ülkenin 181 bölgesinin 2016-2020 arası beş yıllık verileri üzerinden yapılan panel veri regresyon analizi sonucunda, bölgesel finansal gelişmişlik göstergesi olarak kullanılan finansal

*Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Rutkay ARDOĞAN , İstanbul Beykent Üniversitesi, rutkayardogan@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4936-0691



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

kurumların çokluğunun, bölgedeki girişimcilik faaliyetleri sayısı üzerinde olumlu etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum, girişimcilik faaliyetlerini kolaylaştırma adına finansal kalkınmayı teşvik eden ve sürdüren politika önlemlerinin benimsenmesinin önemini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Girişimcilik, Bölgesel Kalkınma, Finansal Kurumlar*



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

THE IMPACT OF FINANCIAL DEVELOPMENT LEVEL ON REGIONAL ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES

Ahmet Rutkay ARDOĞAN *

ABSTRACT

Financial resources and access to financial resources are important factors in terms of environmental impact on entrepreneurial activities. The success of the entrepreneurial activities do not only depend on the entrepreneur himself, financing from external sources is equally important. The amount of funds received, speed of access, accessibility to financial institutions, and funding from the government are vital to transform a potential entrepreneurial opportunity into a new venture creation. The aim of this study is to examine the relationship between a region's financial development level and the number of entrepreneurial activities in that region, in the context of NUTS2 regions of European Union member countries, and to analyze the effects of regional financial development level on entrepreneurial activities.

In this study, empirical analysis is conducted at the regional level within the scope of investigating the impact of financial development level on entrepreneurial activities. We focus on the regions of the European Union member countries, in order to minimize the institutional differences between countries and to facilitate accessibility of the required information. Furthermore, a cross- regional rather than a cross-country study could help to control for cultural and religious effects on the level of entrepreneurship. The fact that the limited number of studies on this subject in the literature was not conducted at the regional level but only on the country level, and focused only on differences between countries rather than on the regions of different countries, stands out as a shortcoming of the studies conducted in this field in the literature.

As a result of the panel data regression analysis conducted on the five-year data between 2016 and 2020 of 21 European Union member countries' 181 regions by using STATA,

*Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Rutkay ARDOĞAN , İstanbul Beykent Üniversitesi, rutkayardogan@beykent.edu.tr,
ORCID: 0000-0003-4936-0691



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

it is observed that the number of financial institutions, used as an indicator of regional financial development, has a positive effect on the number of entrepreneurial activities in the region. This demonstrates the importance of adopting policy measures that encourage and sustain financial development in order to facilitate entrepreneurial activities.

Keywords: *Entrepreneurship, Regional Development, Financial Institutions*



FİNANSAL TEKNOLOJİLER ÖZELİNDE GELİŞEN TEKNOLOJİLERE İLİŞKİN HUKUKİ DEĞERLENDİRME ESASLARI

M. Fatih CENGİL*

ÖZET

Geçmiş dönemde sıkça kullanılan "küreselleşen dünya" kavramı yerini "dijitalleşen dünya" kavramına bırakmıştır. Dijitalleşmeyle birlikte birçok alanda dönüşüm yaşanmaktadır. Şüphesiz ki bu dönüşümlerin hayatımızın her alanını düzenleyen hukuka yansımaları bulunmaktadır. Gerek Türk hukukunda gerek karşılaştırmalı hukukta "X Hukukunun Dijitalleşmesi", "Dijital Çağda X Hukuku" başlığı altında sempozyumlar düzenlenmekte, eserler ortaya konulmaktadır. Bu dönüşüme kayıtsız kalamayan kanun koyucular yasalarda gerekli düzenlemeleri yapmaktadır.

Bitcoin ile birlikte modern anlamda kripto para kavramı hayatımıza girmiş ve bir fenomen haline gelmiştir. Bitcoin'in temelindeki teknoloji blokzincirdir ("Blockchain"). Blokzincir, kripto paraların tamamına yakınının işlediği blokların birbirine zincir gibi bağlandığı bir dağıtık veri tabanıdır. Bitcoin blokzincirinin açık kaynak kodlu olması bunun kopyalanıp farklı özelliklerin eklendiği başka blokzincirlerin oluşturulmasına imkân tanımıştır. Ethereum blokzinciri de bunlardan biridir. Bitcoin blokzincirinden farklı olarak Ethereum blokzinciri akıllı sözleşmelere imkân tanımaktadır. Birçok sektörde de akıllı sözleşmeler kullanılmaktadır.

Hukuk genellikle teknik gelişmeleri takip eder. Teknolojideki gelişmeler hukuki sorunları beraberinde getirebilir. Bu gelişmelere ilişkin meri hukukta bir düzenlemenin olmaması bunlara hukukun uygulan(a)mayacağı anlamını taşımaz. Bazı hukuk yazılarında dahi "bu konuda bir düzenleme bulunmadığından..." denilerek hukuki yorum yapmaktan imtina edildiği görülmektedir. Halbuki hukukçunun görevi bu gelişmelere meri hukuku uygulamak, boşlukları tespit etmek, icabında olması gereken hukuk bakımından bir şeyler söylemektir. Bunun için de ilgili teknoloji ve klasik hukuk çok iyi bir şekilde bilinmelidir. Hukuki düzenlemelerin, mümkün mertebe, teknolojik gelişmeleri engellememesi gerekir. Teknik gelişmelere ilişkin yasaklayıcı düzenlemeler yerine etraflıca düşünülüp onların sebebiyet verebileceği olumsuz

* Dr. Öğr. Üyesi M. Fatih CENGİL, İstanbul Ticaret Üniversitesi, mfcengil@ticaret.edu.tr. ORCID: 0000-0002-6443-1075



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

yönleri gideren ancak onlardan yararlanılmasını mümkün kılan düzenlemelerin yapılması tercihe şayandır. Her yeni teknolojik gelişme için hukuki düzenleme yapılması gerekmez. İlk meri hukukta bunlara uygulanabilecek hüküm var mı buna bakmak gerekir. Öyle ki çoğu kez meri hukukta çözüm bulunmaktadır. O halde bunlar için yeni bir düzenleme arayışına girilmeden önce klasik hukuka bakılmalı buradan sonuç alınmadığı takdirde yeni hükümlerin getirilmesi düşünülmelidir. Hukuki düzenlemeler yapılmadan önce "bekle ve gör politikası" takip edilebilir. Ancak bu politikanın gereğinden uzun sürdürülmesi olumsuz sonuçları ve muhtemel olumsuz düzenlemeleri beraberinde getirebilir. Çalışmamızda finansal teknolojiler özelinde gelişen teknolojiler bakımından hukuki değerlendirme esasları ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Teknolojiler, Blokzincir, Hukuk.



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

LEGAL EVALUATION PRINCIPLES REGARDING EMERGING TECHNOLOGIES IN FINANCIAL TECHNOLOGIES

M. Fatih CENGİL*

ABSTRACT

The concept of ‘globalising world’, which was frequently used in the past, has been replaced by the concept of ‘digitalising world’. With digitalisation, there is a transformation in many areas. Assuredly, these transformations have reflections on the law that regulates every aspect of our lives. Both in Turkish law and in comparative law, symposiums are organised and works are put forward under the title of ‘Digitalisation of X Law’, ‘X Law in the Digital Age’. Lawmakers who cannot remain indifferent to this transformation make the necessary arrangements in the laws.

With Bitcoin, the concept of cryptocurrency in the modern sense has entered our lives and has become a phenomenon. The underlying technology of Bitcoin is blockchain (‘Blockchain’). The blockchain is a distributed database in which the blocks in which almost all cryptocurrencies are processed are connected to each other like a chain. The fact that the Bitcoin blockchain is open source has allowed the creation of other blockchains where it is copied and different features are added. Ethereum blockchain is one of them. In contrast to the Bitcoin blockchain, the Ethereum blockchain allows smart contracts. Smart contracts are used in many sectors.

Law generally follows technical developments. Advances in technology can bring legal problems. The fact that there is no regulation in the current law regarding these developments does not mean that the law cannot be applied to them. Even in some legal writings, "since there is no regulation on this subject..." It is seen that it refrains from making legal interpretations. However, the duty of the lawyer is to apply the law to these developments, to identify the gaps, and to say something in terms of the law that should be necessary. For this purpose, the relevant technology and classical law must be well known. Legal regulations should, as much as possible, not hinder technological developments. Instead of prohibitive regulations regarding

*Dr. Öğr. Üyesi M. Fatih CENGİL, İstanbul Ticaret Üniversitesi, mfcengil@ticaret.edu.tr. ORCID: 0000-0002-6443-1075



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

technical developments, it is preferable to make regulations that eliminate the negative aspects that may be caused by them, but make it possible to benefit from them. It is not necessary to make legal regulations for every new technological development. First of all, it is necessary to check whether there are provisions in the current law that can be applied to them. So much so that most of the time there is a solution in the current law. Therefore, before looking for a new regulation for these, classical law should be examined, and if no results are obtained from this, new provisions should be considered.

A ‘wait and see policy’ may be followed before legal arrangements are made. However, maintaining this policy for longer than necessary may bring about negative consequences and possible unfavourable regulations. In our study, legal evaluation principles in terms of developing technologies, specifically financial technologies, will be discussed.

Keywords: Financial Technology, Blockchain, Law.



ALMANYA'DA TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİ

Kazım KILINÇ*

ÖZET

Türkiye'nin Avrupa'da en yoğun ilişkide bulunduğu ülkelerin başında Almanya gelmektedir. Bunun en önemli sebebi, 1960'lı yılların başından itibaren Almanya'ya işçi olarak giden ve sonraki dönemlerde şartların zorlaması ile önemli sayıda Türk'ün işyeri açarak bu ülkede kalıcı hale gelmesidir. Başlangıçta para kazanıp geri dönmeyi planlayan Türk işçileri, sonraki yıllarda fikir değiştirerek eşlerini ve çocuklarını da götürerek Almanya'da yerleşik girişimci Türk nüfusunun da altyapısını oluşturmuştur. Bugün Almanya'da yaşayan Türklerin sayısı yaklaşık 3,5 milyondur. Bu durum, Türkiye ile Almanya'nın dış ticaretinde de büyük bir rol oynamıştır.

Almanya'da Türk girişimciliğinin bugünkü seviyeye gelmesinde, hiç kuşkusuz bu ülkenin o dönemde içinde bulunduğu sıkıntılı durumun da büyük payı vardır. Zira II. Dünya Savaşı'nda büyük bir yıkım yaşayan Almanya, yaklaşık 5 milyon gencini kaybetmiştir. Dolayısıyla çalışacak, ülke ekonomisini ayağa kaldıracak işgücünden yoksun kalan Almanya, bu açığı kapatmanın yollarını aramıştır.

Almanya, işgücü açığını kapatmak için İtalya, Yugoslavya ve Türkiye dahil olmak üzere bazı ülkelerle işgücü anlaşmaları yapmıştır. Bu çerçevede Almanya ile Türkiye arasında 30 Ekim 1961 tarihinde İşgücü Anlaşması yapılmıştır. Bu anlaşmanın ardından ülkemizden binlerce kişi, çalışmak için başvuruda bulunmuştur. Başvuruları uygun görülen Türk işçileri, Almanya'nın değişik kentlerine gitmiş ve kömür ocaklarında, demir-döküm fabrikalarında ve temizlik işlerinde, yani en ağır işlerde çalışmaya başlamıştır. Türk girişimciliğinin temelini atan birinci kuşak Türklerin evlatları, yani ikinci ve üçüncü nesil Türkler, Almanya'da girişimcilik ekosisteminde ve sosyal hayatta muazzam bir güç haline gelmiştir.

* Dr. Kazım KILINÇ, Esenyurt Üniversitesi, kazimkilinc@esenyurt.edu.tr , ORCID: 0009-0005-5634-0850



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

Bugün Almanya’da 100 binin üzerinde Türk işletmesi faaliyet göstermektedir. Bakkallık/marketçilikten restoranlara, tekstilden turizme, gıdadan inşaat sektörüne kadar değişik alanlarda faaliyet gösteren Türk işletmelerinde yaklaşık 500 bin kişi istihdam edilmektedir. Türk işletmelerinin 2005-2022 dönemindeki yatırımı yaklaşık 3,5 milyar dolarıdır. Bu işletmelerin yıllık cirosu ise 50 milyar doları aşmıştır. Özetle Türk girişimcileri bugün üretim, yatırım, istihdam açısından Alman ekonomisine büyük bir katkı sağlamaktadır. Almanya’da yaklaşık 60 yıl önce ağır işçilik olarak başlayan Türk girişimciliği, bugün hemen her sektörde dev işletmeler haline gelmiştir. Bu çalışmada Türk girişimciliğinin tarihsel seyri ele alınacak, Türk işletmelerinin Alman ekonomisindeki konumu ve iki ülke arasında oluşturduğu sinerji analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Almanya’da Türk işletmeleri ve yatırımları



TURKISH ENTREPRENEURSHIP IN GERMANY

Kazım KILINÇ*

ABSTRACT

Germany stands out as one of Turkey's key partners in Europe, marked by deep and extensive relations. A pivotal factor in this relationship is the substantial number of Turks who migrated to Germany as laborers in the early 1960s and forced by the circumstances to establish businesses, making Germany their permanent home. Originally, intending to earn money and return to Turkey, many Turkish workers changed their plans over the years, bringing their spouses and children to Germany as well. This laid the groundwork for a thriving Turkish entrepreneurial community in Germany. Presently, approximately 3.5 million Turks call Germany their home. This demographic shift has significantly influenced the bilateral trade between Turkey and Germany.

Certainly, the troubled situation Germany faced at the time played a significant role in shaping the current level of Turkish entrepreneurship in the country. Germany suffered a loss of approximately 5 million young people due to the devastation caused by World War II. Consequently, the country found itself lacking the labor force needed to rebuild its economy. In response, Germany sought ways to address this shortage and revive its economy.

To resolve this issue, Germany entered into labor agreements with several countries, including Italy, Yugoslavia, and Turkey. As part of this initiative, a Labor Agreement was signed between Germany and Turkey on October 30, 1961. Following this agreement, thousands of Turkish citizens applied for work in Germany. Those whose applications were approved moved to various cities in Germany to begin working in industries and physically demanding roles such as coal mines, iron and steel factories,

* Dr. Kazım KILINÇ, Esenyurt Üniversitesi, kazimkilinc@esenyurt.edu.tr , ORCID: 0009-0005-5634-0850



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

and cleaning services. The second and third generation children of these first-generation Turkish workers, who established the foundation of Turkish entrepreneurship in Germany, have emerged as a formidable force in Germany's entrepreneurial ecosystem and social life.

Today, Germany hosts over 100 thousand Turkish businesses, spanning a wide range of sectors including grocery stores/markets, restaurants, textiles, tourism, food, and construction. These enterprises collectively employ approximately 500 thousand people. Between 2005 and 2022, Turkish businesses have invested approximately \$3.5 billion in Germany and their annual revenue is over \$50 billion.

In summary, Turkish entrepreneurs today play a crucial role in the German economy through their contributions to production, investment, and employment. What began as labor-intensive work over 60 years ago has evolved into giant enterprises spanning almost every sector in Germany. This study will examine the historical trajectory of Turkish entrepreneurship, analyze the position of Turkish enterprises within the German economy, and explore the synergies they have created between the two countries.

Keywords: Entrepreneurship, Turkish businesses and investments in Germany



E-DENETİM SİSTEMİNİN HAZINE VE MALİYE BAKANLIĞININ İNOVASYONU AÇISINDAN ÖNEMİ

Doğan BOZDOĞAN*

ÖZET

Bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim-dönüşümün etkileri gerek özel gerekse de kamu sektöründe kendisini göstermiştir. Bu yeniliklere uyum sürecinde sadece özel sektörde değil kamu sektöründe de birtakım adımların atılması zorunluluk olmuştur. Özellikle E-Devlet uygulamalarının yaygınlaşması kamu kurumlarının kendilerini yenilemesini gerekli kılmıştır.

Önemli bir kamu geliri olan vergiler nezdinde Hazine ve Maliye Bakanlığı uzunca bir süredir değişim ve dönüşüm içerisinde yer almaktadır. İnovatif gelişmelerin en yoğun yaşandığı kamu birimi olan Hazine ve Maliye Bakanlığı E-Dönüşüm sürecinde önemli adımlar atmıştır. Bu adımlardan vergi kayıp ve kaçığının önlenmesi ve iş gücünün etkin kullanımı noktasında en değerlisi elektronik denetimdir (E-Denetim). Denetimin etkinliği bilişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde artmaktadır. Türkiye’de özellikle vergilerdeki değişimler ve yapısal (kanun bazlı) problemler E-Denetim uygulamalarının alanının genişletilmesini ve daha etkili kullanımı zorunlu hale getirmiştir. Denetim bilgi sistemi (VEDOS) ve veri ambarı (VERİA) gibi denetim standartlarını yükselten uygulamalar mevcuttur.

Hazine ve Maliye Bakanlığı bu inovasyon sürecinde temel hedef olarak daha kaliteli bir hizmet vermeyi ve mükelleflerin kendilerini hukuki güven içerisinde hissetmelerini sağlamak hedeflerini gütmektedir. İnovasyona bağlı değişimler ülkelerin birbirleriyle rekabet etme noktasındaki güçlerini arttıran önemli bir olgudur. Bu olgunun kamu sektöründeki yeri özel sektöre nazaran kısmen daha az detaylandırılmaktadır.

Çalışmada Hazine ve Maliye Bakanlığı özelinde teknolojik gelişmelere bağlı olarak gerçekleştirilen E-Dönüşüm sürecinin parçalarından birisi olan E-Denetim uygulaması detaylı bir şekilde ele alınacaktır. Bu kapsamda gerek uygulamaya gerekse hukuki prosedürlere yönelik bilgiler verilecektir. Nihayetinde Hazine ve Maliye Bakanlığı nezdindeki E-Denetim uygulamasının yine söz konusu bakanlığının inovasyonun üzerindeki etkisi detaylandırılacak ve birtakım önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar kelimeler: E-Denetim, İnovasyon, Hazine ve Maliye Bakanlığı

* Doç. Dr. Doğan BOZDOĞAN, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, dogan.bozdogan@gop.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**THE IMPORTANCE OF E-AUDIT SYSTEM FOR THE INNOVATION OF THE
MINISTRY OF TREASURY AND FINANCE**

Doğan BOZDOĞAN*

ABSTRACT

The effects of the rapid change and transformation in information technologies have manifested themselves in both the private and public sectors. In the process of adaptation to these innovations, it has become necessary to take some steps not only in the private sector but also in the public sector. Especially the widespread use of e-Government applications has made it necessary for public institutions to renew themselves.

The Ministry of Treasury and Finance has been in a process of change and transformation for a long time regarding taxes, which are an important public income. The Ministry of Treasury and Finance, the public unit where innovative developments are most intense, has taken important steps in the E-Transformation process. Of these steps, the most valuable in terms of preventing tax loss and evasion and effective use of the workforce is electronic auditing (E-Audit). The effectiveness of auditing increases thanks to developments in information technologies. In Türkiye, especially changes in taxes and structural (law-based) problems have made it necessary to expand the field of E-Audit applications and use them more effectively. There are applications that raise auditing standards, such as audit information system (VEDOS) and data warehouse (VERİA).

The Ministry of Treasury and Finance aims to provide a higher quality service and to ensure that taxpayers feel in legal confidence as the main goal in this innovation process. Innovation-related changes are an important phenomenon that increases the power of countries to compete with each other. The place of this phenomenon in the public sector is somewhat less detailed than in the private sector.

In the study, E-Audit application, which is one of the parts of the E-Transformation process carried out depending on technological developments in the Ministry of Treasury and Finance, will be discussed in detail. In this context, information regarding both practice and legal procedures will be given. Finally, the impact of the E-Audit application at the Ministry of Treasury and Finance on the innovation of the said ministry will be detailed and some suggestions will be made.

Keywords: E-Audit, Innovation, Ministry of Treasury and Finance

* Doç. Dr. Doğan BOZDOĞAN, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, dogan.bozdogan@gop.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

21.05.2024 TUESDAY PROGRAM FLOW

SESSION 4: 15.45-17.30

INTERDISCIPLINARY ENTREPRENEURSHIP and INNOVATION

SESSION CHAIR: Assoc. Prof. Hüseyin ARSLAN

“Üniversite Öğrencilerinde Özgüven ile Öz Liderlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”

Dr. Mehmet DUMAN, UCLG-MEWA (United Cities and Local Governments Middle East and West Asia Section)

Assoc. Prof. Dr. Zeynep AKKUŞ ÇUTUK, Trakya University

Asst. Prof. Dr. Selman ÇUTUK, Istanbul Esenyurt University

Res. Asst. Mehmet Fatih İNCİBAŞ, Istanbul Esenyurt University

“Sosyal Medya Bağımlılığının Çalışan Performansına Etkisi”

Büşra ERBAY, Istanbul Ticaret University

Assoc. Prof. Dr. Osman BAYRAKTAR, Istanbul Ticaret University

“Ahilikte İnovasyon Örneği olarak Müteşebbis Ahi Evran tarafından İcat Edilerek Sistemleştirilen Kümelenerek Üretime Dayalı Sınai Mülkiyet Hakları Sisteminin Doğuşu ve Anadolu Sanayi Devrimi'nin Başlaması “

Prof. Dr. Ahmet KALA, Istanbul University

“Osmanlı'da Tarımsal Girişimcilik Oluşturma Çalışmaları (1880-1914)”

Assoc. Prof. Dr. Şefik MEMİŞ, Istanbul Ticaret University

“Z Kuşağınının E-Devlet Hizmetlerini Kullanma Niyetini Etkileyen Faktörler”

Dr. Serap TÜRKYILMAZ

“Main Conclusions of the Symposium”

Prof. Dr. Yusuf BALCI, Istanbul Ticaret University



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE ÖZGÜVEN İLE ÖZ LİDERLİK ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Mehmet DUMAN*

Zeynep AKKUŞ ÇUTUK*

Selman ÇUTUK*

Mehmet Fatih İNCİBAŞ*

ÖZET

Amaç: Amaç: Bu çalışmanın temel amacı, üniversite öğrencilerinde özgüven ile öz liderlik arasındaki bağlantının değerlendirilmesidir. Üniversite öğrencileri, akademik ve kişisel gelişim süreçleri açısından önemli bir evreden geçmektedir. Bu dönemde, sahip oldukları bilgi ve becerilerle ileride üstlenecekleri rollere hazırlanmanın yanı sıra, kendi kimliklerini keşfeder ve bağımsız bireyler olarak olgunlaşırlar. Bu süreçte özgüven ve öz liderlik gibi psikolojik etmenler, öğrencilerin başarı düzeylerini ve genel iyilik halini önemli ölçüde etkileyebilir. Bu araştırmanın sonuçları, özgüven ve öz liderlik becerilerinin geliştirilmesine yönelik etkili müdahalelerin oluşturulmasına katkıda bulunarak literatüre destek sağlayacaktır.

Yöntem: Bu çalışma, üniversite eğitimi alan gönüllü 330 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir; katılımcıların 168'i kadın (%50,9), 162'si ise erkek (%49,1) olarak dağılım göstermektedir. Çalışmada veriler, Akın (2007) tarafından geliştirilen Özgüven Ölçeği ve Tabak, Sıgır ile Türköz tarafından Türkçe'ye uyarlanan Öz Liderlik Ölçeği kullanılarak toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde betimleyici istatistikler ile Pearson Korelasyon Katsayısı uygulanmış olup anlamlılık düzeyi .05 olarak kabul edilmiştir.

Bulgular: Çalışma bulguları, özgüven ölçeğinden alınan toplam puan ile öz liderlik ölçeğinin yapıcı düşünce modeli stratejileri alt boyutu arasında orta seviyede ve olumlu bir ilişki olduğunu; davranış odaklı stratejiler alt boyutu ile de benzer şekilde orta düzeyde pozitif bir

* Dr. Mehmet DUMAN, Birleşmiş Kentler ve Yerel Yönetimler Orta doğu ve Batı Asya Bölge Teşkilatı (UCLG-MEWA), mehmet.duman2@ticaret.edu.tr, ORCID: orcid.org/ 0000-0002-0901-2505

* Doç. Dr. Zeynep AKKUŞ ÇUTUK, Trakya Üniversitesi, zeynepacutuk@trakya.edu.tr, ORCID: orcid.org/ 0000-0001-8364-4431

* Dr. Öğr. Üyesi Selman ÇUTUK, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, selmancutuk@esenyurt.edu.tr, ORCID: orcid.org/0000-0002-7802-2440

*Arş. Gör. Mehmet Fatih İNCİBAŞ, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, mehmetfatihincibas@esenyurt.edu.tr



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

ilişki bulunduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, doğal ödül stratejileri alt boyutu ile anlamlı bir ilişki tespit edilmezken, öz liderlik ölçeğinden elde edilen toplam puan ile özgüven arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki gözlemlenmiştir.

Sonuç: Bu araştırma, özgüven ile öz liderlik arasında anlamlı bir bağ bulunduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular, yüksek özgüvene sahip kişilerin zorluklara karşı daha dirençli olduklarını, çözüm odaklı düşünebildiklerini ve gerekli adımları atma konusunda daha hevesli olduklarını göstermektedir. Genel olarak, özgüvenin öz liderlik becerilerinin gelişimine katkı sağladığı ve bu alanda daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğu vurgulanmaktadır. Çalışmanın bulgularına dayanarak, eğitim kurumlarında özgüveni artırmaya yönelik programların geliştirilip uygulanabileceği düşünülmektedir. Ayrıca, öğrencilere öz liderlik becerilerini destekleyecek mentorluk ve koçluk programları sunulabilir.

Anahtar Kelimeler: Özgüven, öz liderlik, üniversite öğrencileri



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONFIDENCE AND SELF-LEADERSHIP IN UNIVERSITY STUDENTS

Mehmet DUMAN*

Zeynep AKKUŞ ÇUTUK*

Selman ÇUTUK*

Mehmet Fatih İNCİBAŞ*

ABSTRACT

Objective: The main purpose of this study is to evaluate the link between self-confidence and self-leadership in university students. University students go through an important phase in terms of academic and personal development processes. In this period, in addition to preparing for their future roles with their knowledge and skills, they discover their own identities and mature as independent individuals. In this process, psychological factors such as self-confidence and self-leadership can significantly affect students' achievement levels and general well-being. The results of this study will provide support to the literature by contributing to the creation of effective interventions for the development of self-confidence and self-leadership skills.

Methodology: This investigation involved 330 volunteer university students, comprising 168 females (50.9%) and 162 males (49.1%). Data were gathered utilizing the Self-Confidence Scale, created by Akın (2007), alongside the Self-Leadership Scale, which has been adapted into Turkish by Tabak, Sıgı, and Türköz. For data analysis, descriptive statistics and the Pearson Correlation Coefficient were employed, with a significance threshold set at .05.

Findings: The results indicate a moderate positive correlation between the total scores from the self-confidence scale and the constructive thinking model strategies sub-dimension of the self-leadership

*Dr. Mehmet DUMAN, Birleşmiş Kentler ve Yerel Yönetimler Orta doğu ve Batu Asya Bölge Teşkilatı (UCLG-MEWA), mehmet.duman2@ticaret.edu.tr, ORCID: orcid.org/ 0000-0002-0901-2505

*Doç. Dr. Zeynep AKKUŞ ÇUTUK, Trakya Üniversitesi, zeynepacutuk@trakya.edu.tr, ORCID: orcid.org/ 0000-0001-8364-4431

* Dr. Öğr. Üyesi Selman ÇUTUK, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, selmancutuk@esenyurt.edu.tr, ORCID: orcid.org/0000-0002-7802-2440

*Arş. Gör. Mehmet Fatih İNCİBAŞ, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, mehmetfatihincibas@esenyurt.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

scale. Additionally, a similar moderate positive correlation was found with the behavior-oriented strategies sub-dimension. Conversely, no significant correlation was identified with the natural reward strategies sub-dimension; however, a moderate positive relationship was observed between the overall self-leadership scale scores and self-confidence.

Conclusion: This study underscores a significant association between self-confidence and self-leadership. The findings suggest that individuals with elevated self-confidence tend to be more resilient in the face of challenges, exhibit solution-oriented thinking, and demonstrate greater enthusiasm in taking necessary actions. Overall, it is highlighted that self-confidence plays a crucial role in enhancing self-leadership abilities, indicating a need for further research in this area. Based on these findings, it is recommended that educational institutions develop and implement programs aimed at boosting self-confidence. Furthermore, mentoring and coaching initiatives could be beneficial in nurturing students' self-leadership skills. **Keywords:** Self-confidence, self-leadership, university students



SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ ÇALIŞAN PERFORMANSINA ETKİSİ

Büşra ERBAY*

Osman BAYRAKTAR*

ÖZET

Amaç. Günümüzde sosyal medya çeşitlerinin ve sosyal medya kullanımının artması ile davranışsal bağımlılıkların altında değerlendirilen sosyal medya bağımlılığı kavramının da önemi artmaktadır. Pek çok farklı işin tek tuşla yapılabildiği ve sanal iletişimin yaygınlaştığı dönemde, sosyal medyanın sorun teşkil eden yanı sıra araştırmalar da yerini almaktadır. Çeşitli sosyal medya araçları ile bireylerin kendine bir profil oluşturduğu ve oluşturulan profiller üzerinden beğenme etkileşim vb. durumlarla vakitlerinin çoğunu bu platformlarda geçirdikleri bilinmektedir. Çalışmanın da konusunu oluşturan çalışan performansını etkileyen sebeplerin bir kısmı bilinmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medya bağımlılığının alt boyutlarından olan sanal tolerans ve sanal iletişimin çalışanların performansını etkileyip etkilemediği araştırmanın sorusunu oluşturmuştur.

Yöntem. Araştırma verileri, İstanbul'da ikamet eden 225 beyaz yakalı çalışandan Google Forms aracılığıyla toplanmıştır. Güvenilirlik analizi için, SPSS 24 paket programı kullanılarak Cronbach alpha, fark analizleri için t testi ve Anova analizleri yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi ve hipotez testleri SPSS AMOS 24 paket programı kullanılarak Yapısal Eşitlik modeli ile gerçekleştirilmiştir.

Bulgular. Analiz sonuçlarına göre, sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin alt boyutlu sanal tolerans ile görev performansı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü ($r = -.31, p < 0.01$); sanal iletişim boyutu ile görev performansı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü ($r = -.16, p < 0.01$) ilişki tespit edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığının, görev performansını olumsuz yönde etkilediğini varsayan hipotez doğrulanmıştır ($\beta = -.28, p < 0.01$).

Özgünlük. Sosyal medya kullanımı geri dönülmez biçimde bütün çalışanlar arasında yaygınlaşmaktadır. Sosyal medyanın bağımlılığa dönüşmesi, çalışan performansını etkileyen kritik bir eşiktir. Bu çalışmada elde edilen veriler, güncelliğini koruyan bu alanda yapılacak çalışmalar için kıymetli bir veri olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bağımlılık, Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı, Çalışan Performansı

*Büşra ERBAY, İnsan Kaynakları Uzmanı, Sorumlu Yazar, psikologbusraerbay@gmail.com

*Doç. Dr. Osman BAYRAKTAR, İstanbul Ticaret Üniversitesi, obayraktar@ticaret.edu.tr



EFFECT OF SOCIAL MEDIA ADDICTION ON EMPLOYEE PERFORMANCE

Büşra ERBAY*

Osman BAYRAKTAR*

ABSTRACT

Objective. With the increasing variety of social media platforms and usage, the importance of the concept of social media addiction, which is considered under behavioral addictions, is also increasing. In an era where many different tasks can be done with a single touch and virtual communication is widespread, the problematic aspect of social media is also taking its place in research. It is known that individuals spend most of their time on these platforms by creating a profile for themselves with various social media tools and spending their time on these platforms with situations such as likes and interactions through the created profiles. Some of the reasons affecting employee performance, which also constitute the subject of the study, are known. In addition, the question of whether virtual tolerance and virtual communication, which are sub-dimensions of social media addiction, affect the performance of employees has formed the question of the research.

Method. Research data were collected from 225 white-collar employees residing in Istanbul via Google Forms. Cronbach's alpha was used for reliability analysis, t-tests and ANOVA analyses were conducted for difference analyses. Confirmatory factor analysis and hypothesis testing were performed with the Structural Equation Model using SPSS AMOS 24 package program.

Findings. According to the analysis results, a statistically significant and negative relationship ($r = -.31, p < 0.01$) was found between the subdimensional virtual tolerance of the social media addiction scale and task performance; a statistically significant and negative relationship ($r = -.16, p < 0.01$) was determined between the subdimension of virtual communication and task performance. The hypothesis assuming that social media addiction negatively affects task performance was confirmed ($\beta = -.28, p < 0.01$).

*Büşra ERBAY, İnsan Kaynakları Uzmanı, Sorumlu Yazar, psikologbusraerbay@gmail.com

*Doç. Dr. Osman BAYRAKTAR, İstanbul Ticaret Üniversitesi, obayraktar@ticaret.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

Originality. Social media usage is becoming widespread irreversibly among all employees. The transformation of social media into addiction is a critical threshold that affects employee performance. The data obtained in this study are considered as valuable data for studies to be conducted in this field, which maintains its relevance.

Keywords: Addiction, Social Media, Social Media Addiction, Employee Performance



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

EFFORTS TO ESTABLISH AGRICULTURAL ENTREPRENEURSHIP IN THE OTTOMAN EMPIRE (1880-1914)

Şefik MEMİŞ *

ABSTRACT

In the final period of the Ottoman Empire, especially during the reign of Sultan Abdulhamid II and the period following the declaration of the Second Constitutional Era, increasing agricultural production was deemed essential for the country's development. This understanding had almost become the state policy of the Ottoman Empire. Besides efforts to cultivate a new generation of entrepreneurial spirit in the agricultural sector, it was desired that existing farmers view agriculture as a source of enrichment. Therefore, it was recognized that the use of agricultural tools/machinery to increase productivity and the teaching of new agricultural methods were necessary. In order to achieve these two goals and to educate and transform these target groups, agricultural schools were established on one hand, while agricultural publications were encouraged on the other hand, and both schools and publications were increased in number.

Undoubtedly, the aim was to create a new generation of entrepreneurial farmers who would operate in agriculture, thereby ensuring their and, consequently, the state's enrichment. To achieve this goal, it was necessary to attract the new generation to the land rather than to civil service, to demonstrate to them that the land was a means of wealth, to make them love agriculture by introducing role models, to narrate to the youth that farming would bring prosperity through example stories, to ensure that farmers obtained higher yields from their current fields by using modern farming methods, and to introduce means to bring the products to the market.

In this article, efforts such as Sultan Abdulhamid's support of the first Turkish agricultural journals to increase agricultural culture and entrepreneurship, the establishment of a translation office for the translation of foreign language agricultural books, the efforts of Ottoman agricultural actors to cultivate a love for village life and farming among Turkish men by training women who love farming and initiating a policy through them, examples of educating young people in agricultural schools about how being an educated farmer is a source of wealth rather

* Doç. Dr. Şefik MEMİŞ, İstanbul Ticaret Üniversitesi, smemis@ticaret.edu.tr



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

than becoming an officer or civil servant, teaching children tales like “Halil Hoca's Farm” similar to the modern-day “Ali Baba's Farm” song, producing sample projects for the establishment of “Happy Village” models and attempting to convey through Ottoman agricultural journals the fear of dismissal among those who joined civil service, will be presented. Thus, the unchanging ancient solutions to the unchanging entrepreneurial problems of Turkish agriculture will be reviewed, and efforts will be made to inspire the present. Examples of the works of figures such as Edhem Nejad, former governor Hüseyin Kazım Kadri, Hamdullah Emin Pasha, and Governor of Aydin, Rahmi Bey, who dedicated their lives to increasing entrepreneurship in agriculture, will be provided.

Keywords: Agricultural Entrepreneurship, Turkish Agricultural History, Agriculture in the Ottoman Empire, Agricultural Journals, Entrepreneur Farmers



Z KUŞAĞINININ E-DEVLET HİZMETLERİNİ KULLANMA NİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Serap TÜRKYILMAZ*

ÖZET

Amaç: Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan devrim niteliğindeki gelişmeler hem günlük yaşamı hem de hükümetler ve vatandaşlar arasındaki etkileşimin özelliklerini değiştirmiştir. Bu değişimler yeni yönetim biçimlerini de etkilemiş ve neticesinde kamu hizmetlerinin daha verimli sunulmasını sağlayan bilgi tabanlı bir sistem olan e-devlete dönüşmüştür. Geleneksel devlet yapısında vatandaş, devletten hizmet alabilmek için mesai saatleri içerisinde bizzat ya da dilekçeyle kamu kurumuna başvuru yapmak zorundadır. E-devlet yapısında ise teknolojik altyapı sayesinde ilgili kamu hizmetine erişmek mümkün olmaktadır. Dünyada birçok ülke e-devleti başarıyla hayata geçirmiştir. Aynı zamanda çoğu Avrupa ülkesi de, devlet hizmetlerinde BİT kullanımını en üst düzeye çıkararak e-devlet kavramını benimsemiştir. Türkiye’de vatandaşa tek bir noktadan hizmet sunabilmek için e-Devlet Kapısı projesi 2008 Aralık itibarıyla kullanıma açılmıştır. Literatüre baktığımızda e-devletle ilgili araştırmaların çoğu uygulamanın başarısını değerlendirmekle ilgilidir. Bu çalışma eleştirel, entelektüel bir zihniyete sahip ve ülkenin gelecek nesli olarak görülen öğrencilerin perspektifinden e-devleti kullanma niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesine odaklanmaktadır. Bu çalışmanın üç araştırma sorusu bulunmaktadır: Öğrenciler e-devlet hizmetlerinden ne ölçüde yararlanmaktadır? Öğrencinin devlete olan güven faktörü, öğrencilerin e-devlet hizmetlerini kullanmasını ne ölçüde etkiliyor? Öğrencilerin sistemin kolaylığı, kullanılabilirliği, güvenliği ve öğrenci verilerinin mahremiyetine ilişkin inançları öğrencilerin e-devlet hizmetlerinden yararlanma niyetlerini ne ölçüde etkilemektedir?

Yöntem: Bu çalışmada e-devlet uygulamasını kullanma niyetini etkileyen faktörler incelenecektir. Bu amaçla Yalova ili merkezinde bulunan iki devlet okulunun 12.sınıf öğrencilerine yönelik bir anket uygulanmıştır. Verilerin toplanması yüz yüze anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma kapsamında; e-devlet hizmetlerini kullanma niyetini etkileyen faktörleri araştırmak üzere oluşturduğumuz modelimiz toplam 6 adet değişken ve 18 ifadeden oluşmaktadır. Araştırma modelimize ait oluşturulan anket çalışması ile 76 öğrenciden saha verisi toplanmıştır. Araştırma modelinde; Algılanan Kullanım Kolaylığı,

* Dr. Serap TÜRKYILMAZ, serap_turkyilmaz@hotmail.com



İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

Algılanan Fayda, Güvenlik Riski ve Gizlilik Riski bağımsız değişken, Güven ve Kullanım Niyeti bağımlı değişkendir. Modelde, Chatzoglou vd., (2015) tarafından kullanılan Algılanan Kullanım Kolaylığı (3 ifade), Algılanan Fayda (3 ifade), Güvenlik Riski (3 ifade), Gizlilik Riski (3 ifade) ve Lean vd., (2009) tarafından kullanılan Güven (3 ifade) ve Kullanım Niyeti (3 ifade) ölçeği kullanılmıştır. Altı değişkenin tümü 1'den (kesinlikle katılmıyorum) 5'e (kesinlikle katılıyorum) kadar değişen 5'li Likert tipi ölçekte derecelendirilmiştir. Araştırma kapsamında önerilen modeldeki ifadelerin yapılaraya uygunluğunu, yapı geçerliliğini ve hipotez testlerini eş zamanlı ölçmek için “Kısmi En Küçük Kareler Yöntemine Dayalı (PLS) Yapısal Eşitlik Modellemesine” başvurulmuştur. toplanan veriler, Smart PLS 3 programı kullanılarak, geçerlilik, güvenilirlik ve doğrulayıcı faktör analizlerine tabi tutulmuştur. Toplanan veriler, Smart PLS 4 programı kullanılarak geçerlilik, güvenilirlik ve doğrulayıcı faktör analizlerine tabi tutulmuştur. Ayrıca çalışma yapılarını doğrulamak ve hipotezleri test etmek için PLS-SEM 4. istatistik paket programı kullanılmış ve yorumlamaları yapılmıştır.

Bulgular: E-devleti kullanma niyeti, devlete güven, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda, güvenlik ve gizlilik riski gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Algılanan kullanım kolaylığı ve gizlilik riskinin devlete olan güven üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu gösteren test sonuçları da bunu göstermektedir. Aynı zamanda güven faktörünün e-devlet kullanma niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır. Ancak, gizlilik riski ve algılanan fayda faktörünün e-devlete olan güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır.

Özgünlük: Mevcut literatürde, gelişmekte olan bir ülke Türkiye’de genç bireylerin (z kuşağı) e-devlet uygulamalarını benimseme niyetine etki eden faktörleri tespit etmeye yönelik herhangi bir çalışma yapılmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, E-devlet, Teknoloji Kabul Modeli, SmartPLS



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

FACTORS AFFECTING GENERATION Z'S INTENTION TO USE E-GOVERNMENT SERVICES

Serap TÜRKYILMAZ*

ABSTRACT

Purpose: In recent years, revolutionary developments in information and communication technologies have changed both daily life and the characteristics of the interaction between governments and citizens. These changes have also affected new forms of governance and have eventually transformed into e-government, an information-based system that enables more efficient provision of public services. In the traditional state structure, citizens have to apply to a public institution in person or by petition during working hours in order to receive services from the state. In the e-government structure, it is possible to access the relevant public service thanks to the technological infrastructure. Many countries in the world have successfully implemented e-government. At the same time, most European countries have adopted the concept of e-government by maximizing the use of ICT in state services. In Turkey, the e-Government Gateway project was launched in December 2008 to provide services to citizens from a single point. When we look at the literature, most of the research on e-government is related to evaluating the success of the application. This study focuses on determining the factors affecting the intention to use e-government from the perspective of students who have a critical, intellectual mindset and are seen as the future generation of the country. This study has three research questions: To what extent do students benefit from e-government services? To what extent does the student's trust factor in the government affect students' use of e-government services? To what extent do students' beliefs about the ease, usability, security and privacy of student data affect students' intention to use e-government services?

Method: In this study, the factors affecting the intention to use e-government applications will be examined. For this purpose, a survey was conducted with 12th grade students in two public schools located in the city center of Yalova. Data was collected using the face-to-face survey method. Within the scope of this study; our model that we created in order to investigate the factors affecting the intention to use e-government services consists of a total of 6 variables and 18 statements. Field data was collected from 76 students with the survey study created for our

* Dr. Serap TÜRKYILMAZ, serap_turkyilmaz@hotmail.com



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

research model. In the research model; Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Security Risk and Privacy Risk are independent variables, and Trust and Intention to Use are dependent variables. The Perceived Ease of Use (3 statements), Perceived Benefit (3 statements), Security Risk (3 statements), Privacy Risk (3 statements) used by Chatzoglou et al., (2015) and the Trust (3 statements) and Intention to Use (3 statements) scales used by Lean et al., (2009) were used in the model. All six variables were rated on a 5-point Likert-type scale ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). Within the scope of the research, “Structural Equation Modeling Based on Partial Least Squares Method (PLS)” was used to simultaneously measure the conformity of the statements in the proposed model to the structures, construct validity and hypothesis testing. The collected data were subjected to validity, reliability and confirmatory factor analyses using the Smart PLS 3 program. The collected data were subjected to validity, reliability and confirmatory factor analyses using the Smart PLS 4 program. In addition, PLS-SEM 4. statistical package program was used and interpreted to verify the study structures and test the hypotheses.

Findings: The intention to use e-government is affected by various factors such as trust in the government, perceived ease of use, perceived usefulness, security and privacy risk. The test results also show that perceived ease of use and privacy risk have a positive and significant effect on trust in the government. At the same time, the trust factor has a positive and significant effect on the intention to use e-government. However, the privacy risk and perceived usefulness factors did not have a significant effect on trust in e-government.

Originality: In the current literature, no study has been conducted to determine the factors affecting the intention of young individuals (generation Z) to adopt e-government applications in Türkiye a developing country.

Keywords: Technology, E-government, Technology Acceptance Model, SmartPLS



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

I. ULUSLARARASI LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK SEMPOZYUMU
“GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON”
ÖZETLER KİTABI

I. INTERNATIONAL LEADERSHIP AND ENTREPRENEURSHIP
SYMPOSIUM
“ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION”
ABSTRACTS BOOK

20-21 MAYIS / MAY 2024-İSTANBUL