



1. ULUSLARARASI İŞLETME VE EKONOMİDE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR KONGRESİ (ICCABE'23)

- Tarih: **29 Aralık 2023** (Cuma)
- Saat: **08.00 - 17.00**

ÖZET BİLDİRİLER KİTABI

ABSTRACT BOOK

1st INTERNATIONAL CONGRESS ON CURRENT APPROACHES IN BUSINESS AND ECONOMY (ICCABE'23)

- Date: **December 29, 2023** (Friday)
- Time: **08.00 - 17.00**

EDİTÖRLER

ARŞ. GÖR. EMRE DEVECİ

ARŞ. GÖR. NAZLI GAMZE ÖZEL

ARŞ. GÖR. DUYGU DÜNDAR ÖZTAŞÇI

DR. ÖĞR. ÜYESİ ZEHRANUR SANIOĞLU TANIŞ



Çizgi Kitabevi Yayınları(e-kitap)

©Çizgi KitabeviAralık 2023

ISBN: 978-625-396-201-2

Yayıncı Sertifika No: 52493

KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI

- Cataloging in Publication Data (CIP) -

Editörler

Emre DEVECİ - Nazlı Gamze ÖZEL

Duygu Dünder ÖZTAŞCI - Zehranur SANIOĞLU TANIŞ

ULUSLARARASI İŞLETME ve EKONOMİDE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR KONGRESİ

(ICCABE'23)

Özet Bildiriler Kitabı

ÇİZGİ KİTABEVİ




Sahibiata Mah. Alemdar Mah.

M. Muzaffer Cad. No:41/1 Çatalçeşme Sk. No:42/2

Meram/**Konya** Cağaloğlu/**İstanbul**

(0332) 353 62 65 - 66 - (0212) 514 82 93

www.cizgikitabevi.com

   / cizgikitabevi

Onursal Başkan

Prof. Dr. Metin AKSOY – Selçuk Üniversitesi Rektörü

Kongre Başkanları

Prof. Dr. Atila KARAHAN (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Prof. Dr. Selçuk BALI (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Prof. Dr. Fatma Nur YORGANCILAR ATATOPRAK (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Düzenleme Kurulu

Prof. Dr. Atila KARAHAN (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Prof. Dr. Selçuk BALI (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Prof. Dr. Fatma Nur YORGANCILAR ATATOPRAK (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Doç. Dr. İbrahim ÖZMEN (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞAHİN (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Öğr. Gör. Soykan UYSAL (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Bilim Kurulu

Jason W. MOORE, Binghamton Üniversitesi, Birleşik Devletler.

Arusha V. COORAY, James Cook Üniversitesi, Avustralya.

Miha MUTASCU, Orléans Üniversitesi, Fransa, Zeppelin Üniversitesi, Almanya ve Batı Timisoara Üniversitesi, Romanya.

Festus Victor BEKUN, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Türkiye ve Amerikan Üniversitesi, Lübnan.

Assad ULLAH, Henan Üniversitesi, Çin.

Atila KARAHAN, Selçuk Üniversitesi, Türkiye.

Mehmet ŞAHİN, Selçuk Üniversitesi, Türkiye.

İbrahim ÖZMEN, Selçuk Üniversitesi, Türkiye.

Danışma Kurulu

- Prof. Dr. Haldun SOYDAL (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Prof. Dr. Muammer ZERENLER (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Prof. Dr. Atila KARAHAN (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Prof. Dr. Selçuk BALI (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Prof. Dr. Fatma Nur YORGANCILAR ATATOPRAK (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Doç. Dr. Hacı Arif TUNÇEZ (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Dr. Öğr. Üyesi Emine ARSLAN (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Dr. Öğr. Üyesi Alper Tunga ALKAN (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Dr. Öğr. Üyesi Rahime Hülya ÖZTÜRK (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Dr. Öğr. Üyesi Kadir ÖZTAŞ (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Dr. Öğr. Üyesi Zehra Nur SANIOĞLU TANIŞ (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Dr. Öğr. Üyesi Aytaç DEMİRAY (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Dr. Bilal ERDEM (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Öğr. Gör. Soykan UYSAL (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Öğr. Gör. Neslihan GENCER (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Öğr. Gör. Zühal Sara DÖNMEZ (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Öğr. Gör. Sultan ERGE (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Öğr. Gör. Habip Mehmet SEVGİ (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Öğr. Gör. Kerem ÖZTÜRK (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Öğr. Gör. İbrahim BAŞ (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Öğr. Gör. Hilmi UÇAN (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Öğr. Gör. Tahsin YÜKSEL (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Kongre Sekreteryası

- Arş. Gör. Nazlı Gamze ÖZEL (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Arş. Gör. Duygu DÜNDAR ÖZTAŞÇI (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)
- Arş. Gör. Emre DEVECİ (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)

Honorary President

Prof. Dr. Metin AKSOY – Selcuk University, Rector

Congress Presidents

Prof. Dr. Atila KARAHAN (Selcuk University, Turkiye)

Prof. Dr. Selçuk BALI (Selcuk University, Turkiye)

Prof. Dr. Fatma Nur YORGANCILAR ATATOPRAK (Selcuk University, Turkiye)

Organising Committee

Prof. Dr. Atila KARAHAN (Selcuk University, Turkiye)

Prof. Dr. Selçuk BALI (Selcuk University, Turkiye)

Prof. Dr. Fatma Nur YORGANCILAR ATATOPRAK (Selcuk University, Turkiye)

Assos. Prof. Dr. İbrahim ÖZMEN (Selcuk University, Turkiye)

Assos. Prof. Dr. Mehmet ŞAHİN (Selcuk University, Turkiye)

Asst. Prof. Dr. Mehmet ŞAHİN (Selcuk University, Turkiye)

Lecturer Soykan UYSAL (Selcuk University, Turkiye)

Scientific Committee

Jason W. MOORE, Binghamton University, United States.

Arusha V. COORAY, James Cook University, Australia.

Miha MUTASCU, University of Orléans, France and Zeppelin University, Germany and West University of Timisoara, Romania.

Festus Victor BEKUN, Istanbul Gelişim University, Türkiye and American University, Lebanon.

Assad ULLAH, Henan University, China.

Atila KARAHAN, Selcuk University, Türkiye

Mehmet ŞAHİN, Selcuk University, Türkiye.

İbrahim ÖZMEN, Selcuk University, Türkiye.

Advisory Committee

Prof. Dr. Haldun SOYDAL (Selcuk University, Turkiye)

Prof. Dr. Muammer ZERENLER (Selcuk University, Turkiye)

Prof. Dr. Atila KARAHAN (Selçuk Üniversitesi, Turkiye)

Prof. Dr. Selçuk BALI (Selçuk Üniversitesi, Turkiye)

Prof. Dr. Fatma Nur YORGANCILAR ATATOPRAK (Selcuk University, Turkiye)

Doç. Dr. Hacı Arif TUNÇEZ (Selcuk University, Turkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Emine ARSLAN (Selcuk University, Turkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Alper Tunga ALKAN (Selcuk University, Turkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Rahime Hülya ÖZTÜRK (Selcuk University, Turkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Kadir ÖZTAŞ (Selcuk University, Turkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Zehra Nur SANIOĞLU TANIŞ (Selcuk University, Turkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Aytaç DEMİRAY (Selcuk University, Turkiye)

Dr. Bilal ERDEM (Selcuk University, Turkiye)

Öğr. Gör. Soykan UYSAL (Selcuk University, Turkiye)

Öğr. Gör. Neslihan GENCER (Selcuk University, Turkiye)

Öğr. Gör. Zühal Sara DÖNMEZ (Selcuk University, Turkiye)

Öğr. Gör. Sultan ERGE (Selcuk University, Turkiye)

Öğr. Gör. Habip Mehmet SEVGİ (Selcuk University, Turkiye)

Öğr. Gör. Kerem ÖZTÜRK (Selcuk University, Turkiye)

Öğr. Gör. İbrahim BAŞ (Selcuk University, Turkiye)

Öğr. Gör. Hilmi UÇAN (Selcuk University, Turkiye)

Öğr. Gör. Tahsin YÜKSEL (Selcuk University, Turkiye)

Congress Secretariat

Research Assistant Nazlı Gamze ÖZEL (Selcuk University, Turkiye)

Research Assistant Duygu DÜNDAR ÖZTAŞÇI (Selcuk University, Turkiye)

Research Assistant Emre DEVECİ (Selcuk University, Turkiye)

Önsöz

Sanayi devrimi ile birlikte emek yoğun teknolojiler yerine sermaye yoğun teknolojilerin geçmeye başlaması; iktisadi, içtimai ve siyasi alanlarda değişim ve dönüşüm rüzgarlarının hız kazanmasına neden olmuştur. Bu geçişe uyum sağlayabilen işletmeler ve ekonomiler, yüksek büyüme performansına bağlı olarak gelişme yolunda önemli mesafeler almayı başarmışlardır. Söz konusu süreç aynı zamanda rekabeti oldukça önemli bir konuma getirmiş ve yeni pazarlar üzerinde söz sahibi olabilme girişimleri, niceliksel ve niteliksel artışları kaçınılmaz kılmıştır.

Akşehir İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Akşehir Meslek Yüksekokulu iş birliği ile yapılan Uluslararası İşletme ve Ekonomide Güncel Yaklaşımlar Kongresi (ICCABE'23), bu tartışmalara destek sunacak bir zemin oluşturmaktadır. Bu çerçevede ilk olarak; kongrenin gerçekleştirilmesi için bizleri cesaretlendiren ve destekleyen Selçuk Üniversitesi Rektörlüğü'ne içtenlikle teşekkür ediyoruz. Fakültemizin ve Akşehir Meslek Yüksekokulumuzun idarecilerine ve bilimsel çalışmaları ile kongreye destek veren katılımcılara da teşekkürü bir borç biliyoruz. Ayrıca ilerleyen süreçlerde Kongre'yi üst noktalara taşıyacak olan başta kıymetli Bölüm Başkanlarımız olmak üzere; tüm öğretim üyelerimize, öğretim görevlilerimize ve öğretim elemanlarımıza şimdiden teşekkür etmek isteriz.

Konya, Aralık 2023
Prof. Dr. Mehmet Mucuk

İÇİNDEKİLER

Kaos Teorisi ve Subliminal Mesajların İktisadi ve Toplumsal Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme	7
Etkinlik Pazarlamanın Bütünleşik Pazarlama İletişimi Açısından İncelenmesi	9
Havayolu İşletmelerinde Pazarlama Faaliyetleri	11
Dijital Dönüşüm Uygulamalarının Dijital Liderliğe Etkisi	13
Genel ve Özel Kolluğun Psikolojik Sermaye ve İşe Tutulma Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi Üzerine Görgül Bir Araştırma.....	15
Eşitlik Temelli Politikaların Toplumsal Dayanışma ve Aile Sürdürülebilirliği Üzerindeki Etkisi: Devletin Kadına Yönelik Destekleri, Türkiye Örneği.....	17
Gig Ekonomisi ve Çalışma Hayatına Etkileri	19
İşletmelerde Performans Ölçümüne Yönelik Tedbirler	21
Swot Analizi ve Stratejik Yönetim	23

KAOS TEORİSİ VE SUBLİMİNAL MESAJLARIN İKTİSADİ ve TOPLUMSAL ETKİLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Anakız Tuğba DURUK

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi
tugbacik06@hotmail.com

Özet

Bu çalışmada düzenin düzensizliği yarattığını, düzensizliğin içerisinde de bir düzen olduğunu savunan kaos teoremi ile sosyal alanda varlığı bilenen ancak hala geçerliliği tartışma konusu olan subliminal mesaj kavramına genel bir bakış açısı sunulacaktır. Kaotik sistemler ve subliminal olgular, insanlar arasındaki etkileşim ve iletişimde olduğu gibi iktisadi dinamikler üzerinde de önemli bir rol oynamaktadır. Çalışmada, kaos teorisi ve subliminal mesajlar başlığında literatür taranmış ve bulgulardan bir sentez oluşturulmuştur. Bu kapsamda kaos teorisi ve subliminal mesajların toplum üzerinde yarattığı etki ve iktisadi paradigmada geçerliliğinin anlaşılabilmesi ve bu iki kavramın kesişim noktasının belirlenebilmesi için tarihsel gelişim süreci ayrı başlıklar altında açıklanmıştır. Yeni bir perspektif ile bu kavramların, gelecekte gerçekleşme ihtimali bulunan olaylar üzerindeki olası etkileri konu içerisinde değerlendirilmiştir. Sonuç olarak kaotik sistemde, subliminal mesajların iktisadi ve toplumsal açıdan kelebek etkisi oluşturacak derin bir potansiyele sahip olduğu bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kaos Teorisi, Kaos Teorisinin Temel Kavramları ve Subliminal Mesaj

CHAOS THEORY and THE ECONOMICS of SUBLIMINAL MESSAGES an EVALUATION on ITS SOCIAL EFFECTS

Anakız Tuğba DURUK

Selçuk University Institute of Social Sciences, Department of Economics, Master's Student
tugbacik06@hotmail.com

Abstract

In this study, a general perspective will be presented on the chaos theorem, which argues that order creates disorder and that there is order within disorder, and the concept of subliminal message, which is known to exist in the social field but whose validity is still a matter of debate. Chaotic systems and subliminal phenomena play an important role in economic dynamics as well as in interaction and communication between people. In this study, the literature was scanned under the title of chaos theory and subliminal messages and a synthesis was created from the findings. In this context, the historical development process is explained under separate headings in order to understand the impact of chaos theory and subliminal messages on society and their validity in the economic paradigm and to determine the intersection point of these two concepts. With a new perspective, the possible effects of these concepts on events that may occur in the future have been evaluated within the subject. As a result, it has been found that subliminal messages have a deep potential to create a butterfly effect in economic and social terms in a chaotic system.

Key Words: Chaos Theory, Basic Concepts of Chaos Theory and Subliminal Message

ETKİNLİK PAZARLAMANIN BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

İsmail Avşar

Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, ismailavsar1997@gmail.com

Özet

Günümüz dünyasında artan müşteri çeşitliliği ve piyasalarda oluşan ani değişimler işletmeleri birtakım yöntemler geliştirmeye itmiştir. Klasik pazarlama anlayışlarının eskisi gibi rağbet görmemesi ve işlevinin azalması işletme ve firmaları yeni yollar aramaya teşvik etmiştir. 1980'li yıllarda ortaya çıkan etkinlik pazarlaması 2000'li yıllarda giderek yaygınlaşmış ve önem kazanmıştır. Etkinlik pazarlamasının amacı, hedef kitleye etkinlikle ve etkinlik markasıyla alakalı aktarılacak mesajların iletilmesidir. Söz konusu mesajların aktarılmasında reklam, halkla ilişkiler vb. gibi bütünleşik pazarlama iletişimi unsurlarından faydalanılmaktadır. Bu nedenle bütünleşik pazarlama iletişimi ve etkinlik pazarlama kendi aralarında bir bağ olan iki farklı pazarlama olgusudur.

Amaç: Bu çalışmanın amacı bir pazarlama türü olan etkinlik pazarlamayı bütünleşik pazarlama iletişimi açısından incelemektir. Sektörün önde gelen firma ve markalarının yapmış oldukları etkinlik pazarlama örneklerinin ve bunu yaparken kullandıkları bütünleşik pazarlama iletişimi araçlarının incelenmesi amaçlanmaktadır.

Yöntem: Bu çalışmada detaylı bir literatür taraması yapılarak her bir değişken ile ilgili yerli ve yabancı kaynaklar incelenmiş, her iki kaynağın da daha farklı değişkenler bağlamında ele alındığı çalışmalar analiz edilmiştir. Temel kavramlarla ilgili kavramsal çerçeve ayrıntıları ile çizilerek, konunun somut olarak ele alınabilmesi açısından farklı alanlardaki uygulama örneklerine yer verilerek işletmeler, araştırmacılar ve konu ile ilgilenen kişi ve kurumlar için önemi ortaya konmuştur.

Bulgular: Pazarlama türleri arasında yer alan etkinlik pazarlamasının birçok sektörde, farklı firma ve markalar tarafından tercih edildiği görülmektedir. Bununla birlikte etkinlik pazarlamasını uygularken bütünleşik pazarlama iletişimi araçlarını kullanmaktadırlar.

Sonuç: Yapılan kapsamlı çalışma, literatür taraması ve incelemeler sonucunda etkinlik pazarlamasının farklı sektörlerde bütünleşik pazarlama iletişimi araçları kullanılarak yapıldığı görülmektedir. Başarılı bir etkinlik pazarlaması faaliyeti için kullanılacak bütünleşik pazarlama iletişimi araçları etkinliğin anlatmak istediği mesajları hedefe doğru bir şekilde aktarmalıdır. Bunu uygulayabilen marka ve işletmelerin etkinlik pazarlamasını başarılı bir şekilde yaptıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik, Etkinlik Pazarlama, Bütünleşik Pazarlama İletişimi

INVESTIGATION of EVENT MARKETING in TERMS OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION

İsmail Avşar

Selçuk University, Institute of Social Sciences, Department of Business Administration,
ismailavsar1997@gmail.com

Abstract

In today's world, increasing customer diversity and sudden changes in the markets have pushed businesses to develop certain methods. The fact that classical marketing concepts are not as popular as they used to be and that their functions have decreased has encouraged businesses and companies to look for new ways. Event marketing, which emerged in the 1980s, has become increasingly widespread and important in the 2000s. The purpose of event marketing is to convey messages to the target audience about the event and the event brand. Advertising, public relations, etc. are used to convey the messages in question. Integrated marketing communication elements such as are used. For this reason, integrated marketing communication and event marketing are two different marketing phenomena that are linked among themselves.

Purpose: The purpose of this study is to examine event marketing, a type of marketing, from the perspective of integrated marketing communications. It is aimed to examine the event marketing examples of the leading companies and brands of the sector and the integrated marketing communication tools they use while doing this.

Method: In this study, a detailed literature review was conducted and domestic and foreign sources related to each variable were examined, and studies in which both sources were discussed in the context of different variables were analyzed. The conceptual framework of the basic concepts has been drawn in detail, and application examples from different fields have been included in order to address the subject concretely, and its importance for businesses, researchers, and people and institutions interested in the subject has been revealed.

Findings: It is seen that event marketing, which is among the marketing types, is preferred by different companies and brands in many sectors. However, they use integrated marketing communication tools when implementing event marketing.

Conclusion: As a result of the comprehensive study, literature review and reviews, it is seen that event marketing is carried out using integrated marketing communication tools in different sectors. Integrated marketing communication tools to be used for a successful event marketing activity must accurately convey the messages that the event wants to convey to the target. It has been seen that brands and businesses that can implement this are successful in event marketing.

Keywords: Event, Event Marketing, Integrated Marketing Communications

HAVAYOLU İŞLETMELERİNDE PAZARLAMA FAALİYETLERİ

Büşra YÜNCÜ

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Anabilim
Dalı, busrayuncu5@gmail.com

Özet

İnsanların iş, tatil, eğlence, eğitim vb. sebeplerle devamlı yaşadıkları yerden başka yerlere geçici süreliğine yaptıkları seyahatler, turizm hareketini oluşturmaktadır. Ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan çok geniş bir etki alanına sahip olan bu hareketler için kullanılan ulaşım hizmetleri içerisinde havayolu taşımacılığı şüphesiz ki önemli bir konumda yer almaktadır. Sahip olduğu yapısal özellikler dolayısıyla küresel bir sektör olan havacılık sektörü, bu yönüyle ülkelerin dünyaya açılan kapısı olarak da nitelendirilebilmektedir. Turistik gezi ve seyahatlerin yanı sıra yük taşımacılığı için de yüksek kapasite ve güvenliğe sahip uçaklar, teknolojik tesis ve sistemleri ile özellikle uluslararası taşımacılığın dinamiklerini oluşturmaktadır. Bu çalışmada, turizm endüstrisinin temel konularından biri olan taşımacılık sektörü içerisindeki hava taşımacılığının yerini ve aynı zamanda bu iş kolunun faaliyet süreçlerinde pazarlama faktörünün önemini belirlemeye yönelik bir araştırma yapılması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, havayolu sektörünün dinamikleri, gelişim süreci ve bugünkü pazarlama teknikleri ile gelmiş olduğu nokta ilgili literatür çerçevesinde irdelenmiştir. Globalleşen dünyanın meydana getirmiş olduğu yeni düzen ile birlikte insanların dünyayı keşfetmeye dair arzularının güçlenmesi ve teknolojik gelişmelerle birlikte gelişen yaşam şartlarının bu arzuyu gerçekleştirmeye daha fazla olanak tanınması, özellikle yurtdışı seyahatlerinin olmazsa olmazı havayolu taşımacılığını çok daha önemli bir konuma taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Havayolu, Taşımacılık, Turizm, Pazarlama

MARKETING ACTIVITIES in AIRLINE COMPANIES

Büşra YÜNCÜ

Selçuk University Institute of Social Sciences, Department of Travel Management and
Tourist Guidance, busrayuncu5@gmail.com

Abstract

People's work, vacation, entertainment, education, etc. Travels made temporarily from the place where they live permanently, with interruptions, constitute the tourism movement. It is among the transportation services used for these movements, which have a very wide area in economic and socio-cultural terms, but only a significant part of them. The sector, which is a global sector with its characteristic features, can also be classified as the general gate of the countries in these regions. In addition to touristic trips and travels, aircraft with high capacity and security for load change create the dynamics of living, especially in the international arena, with technological facilities and systems. In this study, it is aimed to conduct a research to determine the place of air transportation in the transportation sector, which is one of the main subjects of the tourism industry, and also the importance of the marketing factor in the activity processes of this business line. In this regard, the dynamics of the airline industry, its development process and the point it has reached with today's marketing techniques are examined within the framework of the relevant literature. With the new order created by the globalizing world, people's desire to explore the world has strengthened and the living conditions that have improved with technological developments have made it more possible to realize this desire, making air transportation, which is indispensable for international travel, a much more important position.

Keywords: Airline, Transportation, Tourism, Marketing

DİJİTAL DÖNÜŞÜM UYGULAMALARININ DİJİTAL LİDERLİĞE ETKİSİ¹

Beradiye YILMAZ SEZEN

Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, beradiye33@gmail.com

Özet

Dijitalleşmeyle birlikte gelişen dijital dönüşüm uygulamaları, teknolojik araçlar ve bilgi araçları, birçok verinin işlenmesi, bilgilerin değerli hale getirilmesi ve yorumlanması işletmeler açısından oldukça önemlidir. Ortaya çıkan bu durum var olan liderlik teorilerini etkisiz ve yetersiz kılmaktadır. Gelişen dijital teknoloji ile birlikte yeni liderlik özellikleri ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı, günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler sayesinde işletmelerde uygulanan dijital dönüşüm politikalarının dijital liderliğin oluşumundaki etkisini ortaya koymaktır. Bununla birlikte dijital dönüşüm uygulamalarının okullarda uygulanan eğitime etkisi ve alanında dijital dönüşüme öncülük edecek okul müdürlerinin kişisel özelliklerinin ve yetkinliklerinin ortaya konması hedeflenmektedir. Ülkemizde okul idarecilerinin teknolojik ve e liderlik yetkinlikleri üzerine öğretmenler ve idareciler üzerine yapılan bir çalışmada okul idarecilerinin öğrenmeye açık oldukları ve dijital liderliklerinin istenilen düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir çalışmada ise okul idarecilerinin teknoloji liderliğinde oynadıkları rollerinin öğretmenlerin gözünden sorgulanması amaçlanmış ve sonucunda okul idarecilerinin teknoloji liderliği rollerini üstlenebilmelerini ve uygulamalarını orta düzey olarak görülmüştür.

Araştırmada öncelikli olarak dijitalleşme, dijital dönüşüm, e liderlik konularıyla ilgili uluslararası ve ulusal yayınlardan, benzer konulu tezlerden, konuyla ilgili mevcut yerli ve yabancı tüm literatürden yararlanılmıştır. Öğretmenlerin algılarına göre okul idarecilerinin teknoloji liderliği becerilerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Okul yöneticilerinin teknoloji liderliklerinin yüksek düzeyde çıkması Türk eğitim sistemi açısından mutlu edici bir bulgudur. Bu sebeple araştırmanın okulda yapılan çalışmalarla birlikte okul yöneticilerinin dijital dönüşümle kendilerinde ortaya çıkan eksiklikler ve dönüşümün ortaya çıkardığı gereklilikler açısından onlara rehberlik edecek bir çalışma olması umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, dijital dönüşüm, liderlik, eğitimde dijitalleşme.

¹ Bu bildiri tam metni Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalında devam etmekte olan Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

THE EFFECT of DIGITAL TRANSFORMATION PRACTICES on DIGITAL LEADERSHIP²

Beradiye YILMAZ SEZEN

Selçuk University, Institute of Social Sciences, Department of Business Administration,
Department of Management and Organization, beradiye33@gmail.com

Abstract

Digital transformation applications, technological tools and information tools that develop with digitalization, processing of many data, making the information valuable and interpreting it are very important for businesses. This resulting situation makes existing leadership theories ineffective and inadequate. With developing digital technology, new leadership characteristics emerge. The aim of this study is to reveal the impact of digital transformation policies implemented in businesses, thanks to today's technological developments, on the formation of digital leadership. In addition, it is aimed to reveal the impact of digital transformation applications on education in schools and the personal characteristics and competencies of school principals who will lead digital transformation in their field. In a study conducted on teachers and administrators on the techno-pedagogical and e-leadership competencies of school administrators in our country, it was determined that school administrators are open to learning and their digital leadership is at the desired level. In another study, it was aimed to question the roles played by school administrators in technology leadership from the perspective of teachers, and as a result, it was seen that school administrators' ability to assume and implement technology leadership roles was at an intermediate level.

In the research, primarily international and national publications on digitalization, digital transformation, e-leadership, theses on similar topics, and all existing domestic and foreign literature on the subject were used. According to teachers' perceptions, it was concluded that school administrators' technology leadership skills are high. The high level of technology leadership of school administrators is a pleasing finding for the Turkish education system. For this reason, it is hoped that the research, together with the studies carried out at the school, will be a study that will guide school administrators in terms of the deficiencies that arise with the digital transformation and the requirements that the transformation creates.

Key Words: Digitalization, digital transformation, leadership, digitalization in education.

² The full text of this paper was produced from the ongoing Master's Thesis at Selçuk University Social Sciences Institute, Department of Business Administration, Department of Management Organization Science.

GENEL VE ÖZEL KOLLUĞUN PSİKOLOJİK SERMAYE VE İŞE TUTULMA DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE GÖRGÜL BİR ARAŞTIRMA

Ali Davut Alkan

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Özel Güvenlik ve Koruma Programı, alidavutalkan@ohu.edu.tr

Zekeriya Karacabey

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Özel Güvenlik ve Koruma Programı, zekeriyakaracabey@ohu.edu.tr

Özet

Psikolojik sermaye; kişinin kendiyile ilgili görüşü, etik algısı, işe yönelik tutumu ve hayata yönelik genel bakış açısını kapsayan ve çalışanın verimliliğine etki eden kişisel özellikler olarak tanımlanabilir (Alkan & Güler, 2022). İşe tutulma; çalışanların duygusal, zihinsel ve fiziksel olarak knedilerini iş rolüne vermesini ve kendisini işe adanmasını açıklamaktadır (Kahn, 1990; Güler vd., 2019). Araştırmanın amacı, genel ve özel kolluk personelinin psikolojik sermaye ve işe tutulma düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Araştırma nicel araştırma yöntemlerinden anket deseninde tasarlanmıştır. Anketler, Google formlar uygulaması aracılığıyla katılımcılara ulaştırılmıştır.

Ölçüm aracı olarak, Luthnas vd. (2007) tarafından geliştirilen ve yazarların izin vermek üzere yetkilendirdikleri Mind Garden Enstitüsü tarafından onaylı Türkçe formu hazırlanan ve Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması Keçeci & Öncel (2021) tarafından yapılan psikolojik sermaye ölçeği (24 madde) ile Schaufeli vd. (2002) tarafından geliştirilen ve Güler vd. (2019) tarafından geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılan UWES-6 (Utrecht Work Engagement Scale) işe tutulma ölçeği (6 madde) kullanılmıştır. Güvenirlik analizi sonucunda psikolojik sermaye ölçeğinin Cronbach alpha değeri $\alpha=.944$ ve işe tutulma (UWES-6) ölçeğinin Cronbach alpha değeri $\alpha=.937$ olarak bulunmuştur.

Verilerin analizinde Jamovi (version 2.2.5) istatistik programı kullanılmıştır. Araştırmaya yaşları 18 ile 54 arasında değişen 166 katılımcının iştirak etmiştir. 29 kadın katılımcıya karşılık 137 erkek katılımcı mevcuttur. Medeni durumlarını; 92 katılımcı evli, 73 katılımcı bekâr ve 3 katılımcı diğer olarak belirtmiştir. 80 katılımcı çocuk sahibiyken 86 katılımcı çocuk sahibi olmadığını beyan etmiştir. Araştırmaya 78 Polis, 58 özel güvenlik görevlisi ve 30 Jandarma personeli katılmıştır.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda katılımcıların psikolojik sermaye düzeyleriyle işe tutulma düzeyleri arasında anlamlı ve aynı yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür ($r=.70, p<.001$). Bu bulgudan hareketle, genel ve özel kolluk personeli istihdamında psikolojik sermayesi yüksek bireylerin seçilmesinin işe tutulmayı ve buna bağlı olarak görevdeki başarıyı olumlu yönde etkileyeceği değerlendirilmektedir. Gelecek araştırmalarda örneklem sayısının artırılması ve farklı değişkenlerin ilave edilmesiyle daha genellenebilir sonuçlara ulaşılması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Sermaye, İşe Tutulma, Özel Güvenlik, Genel Kolluk

An EMPIRICAL STUDY on THE RELATIONSHIP BETWEEN PSYCHOLOGICAL CAPITAL and JOB ENGAGEMENT LEVELS of GENERAL and SPECIAL SECURITY FORCES

Ali Davut ALKAN

Niğde Ömer Halisdemir University, Niğde Social Sciences Vocational School, Department of Property Protection and Security, Private Security and Protection Programme, alidavutalkan@ohu.edu.tr

Zekeriya KARACABEY

Niğde Ömer Halisdemir University, Niğde Social Sciences Vocational School, Department of Property Protection and Security, Private Security and Protection Programme, zekeriyakaracabey@ohu.edu.tr

Abstract

Psychological capital can be defined as personal characteristics that affect the productivity of the employee, including the person's view of himself/herself, ethical perception, attitude towards work and general perspective towards life (Alkan & Güler, 2022). Job involvement is defined as employees' emotional, mental and physical dedication and commitment to their job role (Kahn, 1990; Güler et al., 2019). The aim of the research is to reveal the relationship between psychological capital and job involvement levels of general and private law enforcement personnel. The research was designed in a survey design from quantitative research methods. The questionnaires were delivered to the participants through Google forms application.

The psychological capital scale (24 items) developed by Luthnas et al. (2007), whose Turkish form was approved by Mind Garden Institute and whose Turkish validity and reliability study was conducted by Keçeci & Öncel (2021), and the UWES-6 (Utrecht Work Engagement Scale) work engagement scale (6 items) developed by Schaufeli et al. (2002) and whose validity and reliability study was conducted by Güler et al. (2019) were used as measurement tools. As a result of the reliability analysis, the Cronbach alpha value of the psychological capital scale was $\alpha=.944$ and the Cronbach alpha value of the work engagement scale (UWES-6) was $\alpha=.937$.

Jamovi (version 2.2.5) statistical program was used to analyze the data. A total of 166 participants aged between 18 and 54 participated in the study. There were 29 female participants and 137 male participants. The marital status of 92 participants were married, 73 were single and 3 were other. While 80 participants had children, 86 participants stated that they did not have children. 78 Police, 58 private security guards and 30 Gendarmerie personnel participated in the research.

As a result of the correlation analysis, it was seen that there was a significant and same-directional relationship between the psychological capital levels of the participants and their retention levels ($r=.70$, $p<.001$). Based on this finding, it is evaluated that selecting individuals with high levels of psychological capital in the employment of general and special law enforcement personnel will positively affect retention and, accordingly, success in the task. It is expected that more generalizable results will be obtained by increasing the sample size and adding different variables in future studies.

Keywords: Psychological Capital, Job Engagement, Private Security, General Law Enforcement

EŞİTLİK TEMELLİ POLİTİKALARIN TOPLUMSAL DAYANIŞMA VE AİLE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: DEVLETİN KADINA YÖNELİK DESTEKLERİ, TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Bilal ÇILKAYA

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Mülkiyet
Koruma ve Güvenlik Bölümü, bilal_cilkaya @ ohu.edu.tr

Özet

Cinsiyet eşitliği, sadece temel bir insan hakkı olmanın ötesinde barışçıl, müreffeh ve sürdürülebilir bir dünya için vazgeçilmez bir gerekliliktir. Cinsiyet eşitsizliği, küresel olarak hala varlığını sürdürmekte ve toplumsal ilerlemeyi engellemektedir. Bu çalışmanın amacı ve kapsamı: Türkiye’de kurumların kadınlara yönelik sunduğu destek politikalarının toplumsal dayanışma ve aile sürdürülebilirliği üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde incelemektir. Bunun yanı sıra, bu politikaların uygulanabilirliği, etkinliği ve sürdürülebilirliği üzerine odaklanarak, toplumsal cinsiyet eşitliği için daha etkili adımların atılmasına yönelik öneriler geliştirmek ve ülkedeki mevcut destekleri ele almaktır. Bu çalışmanın yöntemi: Nitel analiz yöntemi kullanılarak literatür taraması gerçekleştirilmiş, bu süreçte ilgili veri tabanları taranmış ve konuyla ilgili makaleler ve çalışmalar incelenmiştir. Bu çalışmanın bulguları: Yapılan literatür taraması, belirli politikaların, cinsiyet eşitsizliklerini azaltma ve kadınların ekonomik güçlenmesine katkıda bulunma potansiyeline işaret ettiğini göstermektedir. Bu politikaların temel özellikleri, ekonomik kaynaklara eşit erişimi sağlama, mülkiyet hakları konusunda eşitlik, finansal hizmetlere ve iş fırsatlarına erişimi artırma üzerine aile sürdürülebilirliği üzerinde olumlu etkisi görülmektedir. Sonuç: Devletin kadınların ekonomik güçlenmesine yönelik desteği, toplumsal cinsiyet eşitliği ve sürdürülebilir kalkınma açısından kritik öneme sahiptir. Politikalar, ekonomik kaynaklara eşit erişimi, arazi ve mülkiyet haklarını, finansal hizmetlere ve iş fırsatlarına erişimi teşvik ederek cinsiyet eşitsizliklerini azaltmada ve kadınların ekonomik güçlenmesinde yardımcı olabilir.

Anahtar Kelimeler: Cinsiyet Eşitliği, Kadına ve Aileye Yönelik Destekler, Sosyal Koruma, Sürdürülebilir Kalkınma

THE IMPACT of EQUALITY-BASED POLICIES on SOCIAL SOLIDARITY and FAMILY SUSTAINABILITY: STATE SUPPORT for WOMEN

Lecturer Bilal ÇILKAYA

Niğde Ömer Halisdemir University, Niğde Vocational School of Social Sciences, Department of Property Protection and Security, bilal_cilkaya @ ohu.edu.tr

Abstract

Gender equality is not only a fundamental human right, but also an indispensable requirement for a peaceful, prosperous and sustainable world. Gender inequality still persists globally and hinders social progress. The aim and scope of this study is to examine in detail the impact of women's support policies offered by institutions in Turkey on social solidarity and family sustainability. In addition, by focusing on the applicability, effectiveness and sustainability of these policies, it aims to develop recommendations for more effective steps towards gender equality and to address the existing support in the country. Methodology of this study: A literature review was conducted using qualitative analysis methodology, during which relevant databases were searched and relevant articles and studies were examined. Findings of this study: The literature review indicates that certain policies have the potential to reduce gender inequalities and contribute to women's economic empowerment. The main features of these policies are seen to have a positive impact on family sustainability by ensuring equal access to economic resources, equality in property rights, and increasing access to financial services and job opportunities. Conclusion: Government support for women's economic empowerment is critical for gender equality and sustainable development. Policies can help reduce gender inequalities and promote women's economic empowerment by promoting equal access to economic resources, land and property rights, access to financial services and job opportunities.

Keywords: Gender Equality, Support for Women and Family, Social Protection, Sustainable Development

GİG EKONOMİSİ VE ÇALIŞMA HAYATINA ETKİLERİ

Emine NAZLI

İstanbul Üniversitesi, SBE, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı
Doktora Öğrencisi, emine.nazli@istanbul.edu.tr

Özet

Gig kelimesi kısa süreli işleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Amerikan Kongresi için hazırlanan 2016 yılına ait bir raporda Gig Ekonomisi kısa süreli iş anlamında kavramsallaştırılmıştır. Gig ekonomisinin özelliklerini, gelecekte çalışma hayatında ortaya çıkaracağı sonuçları ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada betimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır. Gig ekonomisi, çalışanlarının sayısında COVID-19, demografik dönüşüm, dijitalleşme ile birlikte artış gözlenmiştir. Tam zamanlı işte çalışanların işlerini kaybetmesi sonucunda daha fazla çalışan Gig ekonomisine katılmıştır. Günümüzde, Amerika'da 57 milyon, İngiltere'de ise 2 milyon çalışanın serbest çalıştığı; proje bazında iş üstlendiği tespit edilmiştir. Gig tabanlı çalışanlar bir takım avantaj ve dezavantajlara sahiptirler. Örneğin, kendi işinin patronu olmak, kendi çalışma saatlerini belirlemek, kişinin sevdiği projeler üzerinde çalışması gibi avantajlara sahipken, emekli maaşı, yıllık izin, doğum izni, işsizlik tazminatı, sağlık sigortası gibi sosyal haklar söz konusu değildir. Gig tabanlı en yaygın işler arasında ise; özel araç şoförlüğü (Uber, Lyft), teslimat şoförlüğü (DoorDash, GrubHub, UberEats), yazarlık, editörlük, grafik tasarımı, fotoğrafçılık, yazılım geliştirme ve web tasarımı yer almaktadır. Gig ekonomisinin önümüzdeki dönemlerde daha çok yaygınlaşması tahmin edilmektedir. Bu nedenle bu çalışma tipinde asgari çalışma standartlarının belirlenmesi ve uzmanların bu konuda çözüm önerileri getirmeleri faydalı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Gig Ekonomisi, Esnek Çalışma, İş Güvencesizliği.

GIG ECONOMY and Its EFFECTS on WORKING LIFE

Emine NAZLI

Istanbul University, SSI, Department of Labor Economics and Industrial Relations
PhD Student, emine.nazli@istanbul.edu.tr

Abstract

The word gig is used to define short-term jobs. The Gig Economy was conceptualized in the sense of short-term work, in a 2016 report prepared for the American Congress. This study, which aims to identify the features of the gig economy and the effects it will have on working life in the future, used descriptive analysis method. A rise in the number of workers in the gig economy has been seen due to COVID-19, demographic shifts, and digitalization. As a result of full-time workers losing their jobs, more employees have joined the Gig economy. Today, it has been defined that 57 million employees in the USA and 2 million employees in the UK work freelance and undertaken work on a project basis. Gig-based workers have a number of advantages and disadvantages. For example, Gig Economy while advantages such as being your own boss, determining your own working hours and working on projects you like, in this work way social rights such as pension, annual leave, maternity leave, unemployment compensation and health insurance are not access. Among the most common gig-based jobs are; private car driving (Uber, Lyft), delivery driving (DoorDash, GrubHub, UberEats), writing, editing, graphic design, photography, software development and web design. It is anticipated that the gig economy will become more widespread in the upcoming years. For this reason, it will be useful to determine minimum working standards in this type of work and it's helpful on this issue experts provide proposals for solutions.

Keywords: Gig Economy, Flexible Working, Job Insecurity.

İŞLETMELERDE PERFORMANS ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK TEDBİRLER

Fatih AKÇA

Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü/Yönetim ve Organizasyon
Anabilim Dalı, fthakca0908@gmail.com

Özet

İşletme performansının değerlendirilmesi, bir organizasyonun kuruluş amacına ne ölçüde ulaştığını belirleme sürecidir. İşletmeler, belirledikleri amaçlara ulaşmak için çeşitli stratejiler geliştirir ve bu stratejileri uygularlar. Performans değerlendirmesi, bu stratejilerin etkinliğini ve işletmenin genel başarısını ölçme amacını taşır. İşletme performansının değerlendirilmesinde kullanılan kritik performans göstergeleri (KPI'lar), işletmenin belirlediği hedeflere ulaşma sürecini izler. Bu göstergeler, işletmenin finansal ve operasyonel başarısını, müşteri memnuniyetini, iç iş süreçlerini ve öğrenme ve gelişmeyi içeren çeşitli alanlarda odaklanabilir. Performans değerlendirmesi çok boyutlu bir kavramdır çünkü işletmeler bir dizi farklı ölçüt üzerinden değerlendirilir. Finansal performans, müşteri memnuniyeti, iş süreçleri ve öğrenme ve gelişme gibi farklı alanlarda performans göstergeleri kullanılarak işletmenin genel sağlığı değerlendirilir. Bu çok boyutluluk, işletmenin güçlü yönlerini ve geliştirilmesi gereken alanları belirlemek için önemlidir. Sonuç olarak, işletme performansının değerlendirilmesi, işletmenin hedeflerine ulaşma sürecini anlamak ve iyileştirmeler yapmak için kritik bir araçtır. Bu süreç, işletmenin sürdürülebilir başarıya ulaşması ve rekabet avantajını koruması için gereklidir.

Anahtar Kelimeler: İşletme, Performans, Gösterge, İnsan Kaynakları.

MEASURES for PERFORMANCE MEASUREMENT in BUSINESSES

Fatih AKÇA

Selçuk University, Institute of Social Sciences, Department of Business Administration,
Management and Organization, fthakca0908@gmail.com

Abstract

Performance evaluation in business is the process of determining the extent to which an organization has achieved its established objectives. Businesses develop various strategies to attain their goals and implement these strategies accordingly. Performance evaluation aims to measure the effectiveness of these strategies and assess the overall success of the business. Critical performance indicators (KPIs) are employed in the assessment of business performance, tracking the progress toward the established objectives. These indicators may focus on different areas, including the financial and operational success of the business, customer satisfaction, internal processes, and learning and development. Performance evaluation is a multidimensional concept as businesses are assessed using a variety of criteria. Financial performance, customer satisfaction, business processes, and learning and development are among the different dimensions through which businesses are evaluated. This multidimensionality is crucial for identifying the strengths of the business and areas that need improvement. In conclusion, the assessment of business performance is a critical tool for understanding the process of achieving organizational goals and implementing improvements. This process is essential for a business to attain sustainable success and maintain a competitive advantage.

Keywords: Business, Performance, Indicator, Human Resources.

SWOT ANALİZİ VE STRATEJİK YÖNETİM

Aslıhan KOCA

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı
Yönetim Ve Organizasyon Bilim Dalı
aslihankoca52@gmail.com

Özet

SWOT Analizi ve Stratejik Yönetim, işletme yönetimi ve stratejik planlama süreçlerinde temel kavramlardır. Bu iki konsept, organizasyonların başarıya ulaşmalarını sağlamak için kritik bir rol oynar. SWOT Analizi, organizasyonların içsel güçlü ve zayıf yönlerini değerlendirmelerine ve dışsal fırsatları ile tehditleri tanımlamalarına yardımcı olan bir analiz çerçevesidir. İçsel analiz, organizasyonun kaynaklarını, yeteneklerini ve varlıklarını incelemeyi içerirken, dışsal analiz pazar koşulları, rekabetçi faktörler ve çevresel etkenleri ele alır. SWOT Analizi sonuçları, organizasyonların stratejik hedefler belirlemelerine ve bu hedeflere ulaşmak için uygun stratejiler geliştirmelerine rehberlik eder.

Stratejik Yönetim, organizasyonların belirlenen stratejileri etkili bir şekilde uygulamalarını sağlayan bir süreçtir. Bu süreç, stratejik planlama, uygulama, izleme ve kontrol adımlarını içerir. Stratejik Yönetim, organizasyonların stratejilerini başarıyla uygulayarak hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olur. Ayrıca, stratejilerin sürekli olarak gözden geçirilmesini ve gerektiğinde ayarlanmasını teşvik eder.

SWOT Analizi ve Stratejik Yönetim arasındaki ilişki, organizasyonların SWOT Analizi sonuçlarını temel alarak stratejik hedefler belirlemesi ve bu hedeflere ulaşmak için uygun stratejiler geliştirmesiyle ortaya çıkar. Stratejik Yönetim, belirlenen stratejilerin başarıyla uygulanmasını izler, performansı değerlendirir ve gerektiğinde stratejileri günceller. Bu sürekli döngü, organizasyonların değişen koşullara uyum sağlamasına ve rekabetçi avantaj elde etmesine yardımcı olur.

Anahtar Kelimeler: SWOT Analizi, Stratejik Yönetim, İçsel Analiz, Dışsal Analiz.

SWOT ANALYSIS and STRATEGIC MANAGEMENT

Aslıhan KOCA

Selçuk University Social Sciences Institute Department of Business Administration
Department of Management and Organization
aslihankoca52@gmail.com

Abstract

SWOT Analysis and Strategic Management are fundamental concepts in business management and strategic planning processes. These two concepts play a critical role in enabling organizations to achieve success. SWOT Analysis is an analysis framework that helps organizations evaluate their internal strengths and weaknesses and identify external opportunities and threats. Internal analysis involves examining the organization's resources, capabilities, and assets, while external analysis addresses market conditions, competitive factors, and environmental factors. SWOT Analysis results guide organizations in setting strategic goals and developing appropriate strategies to achieve these goals.

Strategic Management is a process that enables organizations to effectively implement determined strategies. This process includes strategic planning, implementation, monitoring and control steps. Strategic Management helps organizations achieve their goals by successfully implementing their strategies. It also encourages constant review of strategies and adjustments as necessary.

The relationship between SWOT Analysis and Strategic Management occurs when organizations determine strategic goals based on SWOT Analysis results and develop appropriate strategies to achieve these goals. Strategic Management monitors the successful implementation of determined strategies, evaluates performance and updates strategies when necessary. This continuous cycle helps organizations adapt to changing conditions and gain competitive advantage.

Key Words: SWOT Analysis, Strategic Management, Internal Analysis, External Analysis.