

ABSTRACT BOOK





Committee

Advisory Committee

Prof. Dr. Levent Kandiller	Yasar University, Turkey
Prof. Dr. Andreas Kuckertz	University of Hohenheim, Germany
Prof. Dr. Erhan Ada	Yasar University, Turkey
Prof. Dr. İge Pınar	Yasar University, Turkey
Prof. Dr. Roberto Biloslavo	University of Primorska, Slovenia
Assoc. Prof. Dr. Çağrı Bulut	Yasar University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Will Baber	Kyoto University, Japan
Assist. Prof. Dr. Andrea Appolloni	University of Rome "Tor Vergata", Italy
Assist. Prof. Dr. Angelo Tomaselli	UVA University, Netherlands
Assist. Prof. Dr. Erhan Aydın	Usak University, Turkey
Dr. Mehmet Gökerik	Karabuk University, Turkey
Dr. Fred Yamoah	Brunel University London, UK
Dr. Adnan ul Haque	University of Sunderland, UK

Scientific Committee

Prof. Dr. Ahmet Diken	Necmettin Erbakan University, Turkey
Prof. Dr. Akhtar Baloch	University of Karachi, Pakistan
Prof. Dr. Beata Ślusarczyk	Poland and North West University, South Africa
Prof. Dr. Burcu İlter	Dokuz Eylül University, Turkey
Prof. Dr. Cafer Topaloglu	Mugla Sitki Kocman University, Turkey
Prof. Dr. Cem Saatiçioğlu	Istanbul University, Turkey
Prof. Dr. Cihan Çobanoğlu	University of South Florida Sarasota-Manatee, USA
Prof. Dr. Erhan Ada	Yasar University, Turkey
Prof. Dr. Fatma Öztürk	Gazi University, Turkey
Prof. Dr. Fatma Zehra Tan	Karabuk University, Turkey
Prof. Dr. Ferhan Çebi	Istanbul Technical University, Turkey
Prof. Dr. Hakan Kahyaoglu	Dokuz Eylül, Turkey
Prof. Dr. Halil Savaş	Pamukkale University, Turkey
Prof. Dr. Ilan Alon	University of Agder, Norway
Prof. Dr. İge Pınar	Yasar University, Turkey
Prof. Dr. İpek Kazançoğlu	Ege University, Turkey
Prof. Dr. Kenan Çelik	Karadeniz Teknik University, Turkey



Business and Organization Research
(International Conference)

Izmir
4th-5th-6th September 2019

Prof. Dr. Mahmut Tekin	Selcuk University, Turkey
Prof. Dr. Mehmet Bařar	Anadolu University, Turkey
Prof. Dr. Mohammed Rawwas	University of Northern Iowa, USA
Prof. Dr. Muammer Zerenler	Selcuk University, Turkey
Prof. Dr. Mustafa Özbilgin	Brunel University London, UK
Prof. Dr. Mustafa Zihni Tunca	Süleyman Demirel University, Turkey
Prof. Dr. M. Farooq Haq	International Canadian University of Dubai, UAE
Prof. Dr. Nick Rumens	Middlesex University, UK
Prof. Dr. Nuri Ömürbek	Süleyman Demirel University, Turkey
Prof. Dr. Olcay Bige Ařkun	Marmara University, Turkey
Prof. Dr. Ömür Yařar Saatçiođlu	Dokuz Eylul University, Turkey
Prof. Dr. Pinar Karacan	Dokuz Eylul University, Turkey
Prof. Dr. Refika Bakođlu	Marmara University, Turkey
Prof. Dr. Sevgi Kalkan	Yeni Yuzyil University, Turkey
Prof. Dr. Tunç Bozbura	Bahcesehir University, Turkey
Prof. Dr. Yahya Fidan	İstanbul Ticaret University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Adnane Maalaoui	IPAG Business School, France
Assoc. Prof. Dr. Ali Caglar Cakmak	Bursa Teknik University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Ali Talip Akpınar	Kocaeli University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Aykan Candemir	Ege University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Burcu Senturk	Ege University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Fatih Kırışık	Dumlupınar University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Fu-Sheng Tsai	Cheng Shiu University, Taiwan
Assoc. Prof. Dr. Gozde Inal Cavlan	European University of Lefke, Kıbrıs
Assoc. Prof. Dr. Hakan Cengiz	Karabuk University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Hatice Necla Keleş	Bahcesehir University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Hilmi Ozkaya	Usak University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Isaiah Oino	Coventry University, United Kingdom
Assoc. Prof. Dr. İlyas Hařimođlu	Karabuk University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. John Aston	Brunel Business School, Brunel University, United Kingdom
Assoc. Prof. Dr. Matthew W. Green Jr.	Cleveland- Marshall College of Law, USA
Assoc. Prof. Dr. Mehmet İslamođlu	Karabuk University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Mustafa Soba	Usak University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Mustafa Yücel	Inonu University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Nezih Tayyar	Usak University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Olca Sürgevil Dalkılıç	Dokuz Eylul University
Assoc. Prof. Dr. Ozan Büyükyılmaz	Karabuk University, Turkey



Assoc. Prof. Dr. Saim Kayadibi	International Islamic University, Malaysia
Assoc. Prof. Dr. Sahidi Bilan	University of Sunderland, United kingdom
Assoc. Prof. Dr. Sari Wahyuni	University of Indonesia, Indonesia
Assoc. Prof. Dr. Sebastian Kot	Czestochowa University of Technology, Poland
Assoc. Prof. Dr. Selim Şanlısoy	Dokuz Eylul University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Serhan Gürkan	Karabuk University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Sezer Bozkuş Kahyaoğlu	Bakircay University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Sumesh Dadwal	Northumbria University, United Kingdom
Assoc. Prof. Dr. Ulaş Çakar	Dokuz Eylul University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Vural Cagliyan	Selcuk University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Yiğit Kazançoğlu	Yasar University, Turkey
Assoc. Prof. Dr. Will Baber	Kyoto University, Japan
Assoc. Prof. Dr. Zümür Satı	Istanbul University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Abdülaziz Elwalda	Misurata University, Libya
Assist. Prof. Dr. Andrea Appolloni	University of Rome "Tor Vergata", Italy
Assist. Prof. Dr. Emir Ozeren	Dokuz Eylul University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Emre Vadi Balci	Usak University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Emel Celep	Selcuk University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Erhan Aydın	Usak University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Esen Şahin	Selcuk University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Fatma Akyüz	Usak University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Fred Yamoah	Brunel University London, UK
Assist. Prof. Dr. Hakan Vargün	Karabuk University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Mehmet Hatipoğlu	Afyon Kocatepe University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Mushfiqur Rahman	Brunel University London, UK
Assist. Prof. Dr. Mustafa Erhan Bilman	Izmir Katip Celebi University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Rostiana Rostiana	Universitas Tarumanagara, Indonesia
Assist. Prof. Dr. Ruoqi Geng	Cardiff University, UK
Assist. Prof. Dr. Salih Tiryaki	Selcuk University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Serpil Kahraman	Yasar University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Sevtap Sarioğlu Uğur	Usak University, Turkey
Assist. Prof. Dr. Vipin Nadda	University of Sunderland in London, UK
Assist. Prof. Dr. Berk Kucukaltan	Trakya University; University, University of Bradford, UK
Dr. K.C. Chen	California State University, Fresno, USA
Dr. Manoj PushpaKumara Jinadasa	University of Kelaniya, Sri Lanka
Dr. Riffat Faizan	ABMS University, Switzerland
Dr. Samar Khan	York University, Canada



Business and Organization Research
(International Conference)

Izmir
4th-5th-6th September 2019

Organizing Committee

Assoc. Prof. Dr. Çağrı Bulut
Assist. Prof. Dr. Erhan Aydın
Dr. Fatih Güçlü
Dr. Mehmet Gökerik
Dr. Osman Tüzün
Ahmet Boyacı
Feyzullah Esad Sekkeli

Yasar University, Turkey
Uşak University, Turkey
Karabük University, Turkey
Karabük University, Turkey
Uşak University, Turkey
Karabük University, Turkey
Karabük University, Turkey



Business and Organization Research
(International Conference)

Izmir
4th-5th-6th September 2019

Editor:

Prof. Dr. Mahmut Tekin
Selcuk University, Konya, 2019

Assistant Editor:

Yusuf Alparslan Dibek, Usak, 2019

All rights reserved.

All papers are printed as received, on authors' responsibility.

The proceedings have not been amended or proofread and editors are not responsible for the language used in the paper.

ISBN: 978-605-68816-3-3



İÇİNDEKİLER - TABLE OF CONTENTS

ABSTRACT BOOK.....	1
Committee.....	1
International Keynotes.....	21
Keynotes.....	21
Yönetim & Organizasyon – Management & Organization	22
Humanization, Rationalization or Subjectification of Work? Employee-oriented Flexibility between Ideal and Ideology in the Neoliberal Era	22
The Use of Big Data in Portfolio Selection.....	24
Mapping Sustainability Structures in Turkish Corporations.....	25
Turizm Sektörü Perspektifinde İnovasyon ve Uygulamalarıyla ilgili Yapılan Akademik Makalelerin Bibliyometrik Analizi.....	26
Birey-Örgüt Uyumunun, Duygusal Emek Üzerine Etkisi. Yöneticiler Üzerine Bir Araştırma	28
Üniversite Öğrencilerinde Empati: Demografik Değişkenlerin Empati Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Çalışma	30
Yapışkan Zemin Algısının Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisinde Sosyal Ağ Davranışlarının Düzenleyici Rolü.....	32
Psikolojik Sermayenin İşe Angaje Olma ve Örgütsel Destek Üzerindeki Etkisi.....	34
İş Stresi, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki Etkileşimin Satış Temsilcilerinde Araştırılması	36
Dokunmatik Toplumların Fobileri: Netlesfobi, Nomofobi ve Fomo Kavramları Üzerine Bir İçerik Analizi Çalışması.....	39
Engelli Bireylere Yönelik Algılanan Ayrımcılık ve Merhamet İlişkisi: Geleceğin Yönetici Adayı Üniversite Öğrencileri Örnekleme.....	41
Çalışan Bakış Açısı ile Duygusal Zekâ ve Mizah İlişkisi Bir Üretim İşletmesi Uygulaması	43
Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Whistleblowing Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Dokuz Eylül Üniversitesi Örneği.....	45
#İşimisev(m)iyorum: Online Çalışan Yorumları Üzerine Bir İçerik Analizi	47
Practicing the CAGE Analysis in Entrepreneurship.....	49
Üçüncü Dalga Kahve Tüketiminin Sosyokültürel Dinamiklerinin İncelenmesi	50



Üretkenlik Karşıtı İş Davranışları: “Akademik Personel Üzerinde Bir Nitel Araştırma”	52
Otantik Liderliğin İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisinde Çevresel Dinamizmin Aracılık Rolü.....	54
The Mediating Role of Environmental Dynamism in The Effect of Authentic Leadership on Intrapreneurship	55
Investigation of The Relationship between Employees' Organizational Commitment Dimensions and Some Personal Features Using Manova and Discriminant Analysis.....	56
Çalışanların Pozitif ve Negatif Duygu Durumlarının İş Yaşamında Akış Deneyimine Etkileri: Ar-Ge Çalışanları Üzerine Bir İnceleme.....	57
Bireysel Yenilikçilik Yaşlı Çalışanların ve Emeklilerin Yaşam Doyumu Algısını Nasıl Etkiler?.....	59
Yaşlanma Sürecinde Öz Liderlik Stratejileri ve Bireysel Yenilikçilik Arasındaki İlişkiler: Yaşlı Çalışanlar ve Emekliler Kapsamında Bir Araştırma	61
Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği ve Aile İçi Şiddet Etkileşimi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma.....	63
Gemi Adamlarının Çalışma Ortamında Anlaşmazlık Sebepleri.....	65
Avatar Based Innovation and Co-Creation Processes in Virtual Worlds	67
Vizyoner Liderliğin Örgütsel Çeviklik Üzerine Etkisi; İstanbul İli Beylikdüzü İlçesindeki Özel Hastanelerde Bir Uygulama*	68
İş Şekillendirme Davranışı, Psikolojik Güçlendirme ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma	71
Senior Women Entrepreneurship and Work Life Balance: A Qualitative Approach	73
Girişimcilikte Yeni Bir Yönelim: Melez (Hibrit) Girişimcilik*	74
Girişimcilik Tercihlerinde Sosyal Çevrenin Etkisi	76
Effect of Feedback on Internal Customers’ Psychological Capital	78
Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Yeni Bir Boyutu: Yeşil İşgören Davranışı.....	79
Örgütlerde Algılanan Destegın İş Tatmini ve İç Girişimcilik Düzeyine Etkisi.....	81
Tasarım Odaklı Düşünce ile Üniversite Sanayi İş Birliği Modeli.....	83
Endüstri 4.0: İnsan Kaynakları Üzerindeki Etkileri Üzerine Bir Araştırma	85
Örgütsel Adaletin İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Örgütsel Bağlılığın Aracılık Rolü	86
The Mediating Role of Organizational Trust in The Relationship between Perceived Organizational Support and Work Engagement: A Research on Academicians.....	89



The Dark Side of Digitalization Fear of Missing Out: The Sample of Banking Sector Employees*	91
Hizmetkar Liderlik Mi? Etik Liderlik Mi?	92
İşyeri Nezaketsizliği: Genel Çerçeve, Öncülleri, Ardılları ve Gelecek Araştırmalar için Öneriler.....	94
Çalışanlar Arası Güven ile İş Performansı Arasındaki İlişkide Algılanan İçsellik Statüsünün Aracı Rolü	96
Kamu Kurumlarında İç Girişimcilik: Akadema ve E-Sertifika Örnekleri	102
Üniversite Öğrencilerinin İş Yaşamında Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Algısına Yönelik Bir Araştırma	104
Izmir Katip Çelebi Üniversitesi Lisans Programları Son Sınıfında Öğrenim Görmekte Olan Öğrencilerin Kariyer Yönetimi Amacıyla İnterneti Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma.....	107
Beyaz ve Mavi Yaka Çalışanların Motivasyonları Üzerine Nitel Bir Araştırma: Elektrik Motoru Fabrikası Örneği.....	109
İşletmeler İçin Yeni Bir Yaklaşım: Yalın Yönetim + Yalın Üretim + İnovasyon= Yalın İnovasyon	111
Kırsal Kesimlerdeki Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Nitel Bir Araştırma: Manisa-Demirci Örneği.....	114
Proje Yönetimi Sürecinde Öngörülemeyen Bilinmeyenlerin Tanımlanması	117
The Role of Perceived Support in Students' Entrepreneurial Intention	119
Why Change Agent Matters to The Practice of Organizational Dynamics: A Review Based Study	120
Tecrübenin İş Tatmini Üzerindeki Etkisinde Tükenmişliğin Aracılık Görevi.....	122
İşgücü Farklılığının İşletme Yeteneklerine Etkisinde İşletmeler Arası İş Birliğinin Rolü: Konya Örneği	124
Cessation of An Era, Collapse of A Giant	126
Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansının Ölçümü: Özel Sermayeli Banka Örneği	128
Başarının Algılanan Cezası	130
Alanı Kuramı Bağlamında Güdüleyici ve Engelleyci Algıların Girişimcilik Niyetine Etkisi	133
Can Managerial Roles and Skills Change? An Exploratory Study in the Context of Industry 4.0.....	136
Örgüt Kültürü, Örgütsel Adalet ve İş Tatmini İlişkisi Üzerine Bir Araştırma	137
Mobbingin, Örgütsel Sessizlik ve İş Performansına Etkisi: Çanakkale İlinde Bir Araştırma	138
Yalın Uygulamaların Müşteri Tatmini, Karar Verme Süreci ve Marka Sadakatine Etkisi (Diş Hastanesi Örneği).....	139
Tüketicilerin Giyilebilir Teknoloji Kullanma Niyeti.....	141



Psikolojik Sözleşme İhlaline Verilen Tepkilerde Güç Mesafesi ve Prosedürel Adaletin Moderatör Rolü	143
Özgeci Davranışın Sosyal İnovasyon Eğilimine Etkisi: Özel Şirket Çalışanları ile Bir Araştırma	146
İstismarcı Yönetici Algısı ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkide Örgütsel ve Bireysel Özelliklerin Rolü.....	148
Rol Çatışması ve Rol Belirsizliğinin İşyeri Mağduriyeti Üzerine Etkisi: Olumsuz Duygulanımın Düzenleyici Rolü	150
Adoption of AI as part of IoT in Education: Case of Turkish Higher Education	152
Orta Düzey Yönetici Eylemlerinden Kaynaklı Rol Çatışmasının İşten Ayrılma Niyeti ve Performansa Etkisi	153
Girişimcilik ve İnovasyon Kavramlarını Birlikte Ele Alan Bilimsel Çalışmalarda Trend ve Eğilimler: Bibliyometrik Bir Analiz	155
İşyerinde Mutluluk Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması	158
Ultra-Kısa İşyerinde Bağlanmaya Hazır Olma Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması.....	160
Hizmet-İçi Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi: Hastane Personeli Üzerine Bir Vaka Analizi	162
Y Kuşağı Çalışanlarının Psikolojik Sözleşme İhlaline İlişkin İşveren Hakkındaki Görüşleri: Nitel Bir Analiz	164
Porter'ın Rekabet Stratejilerinin Havayolu İşletmelerindeki Yansıması: THY, Pegasus ve Borajet İşletmeleri Analizi	167
Havacılık Eğitiminde Etik	169
Ready to Pay off Extra: How Participative Leadership Develops Trust Leads to Organizational Citizenship	171
Lider-Üye Etkileşiminin Çalışan Performansı Üzerindeki Etkisinde İş Tatmininin Aracı Rolü.....	172
The Customer Experience Scale	173
Türkiye'de Alaçatı ve Ayvalık'ın Destinasyon Kişiliklerinin Karşılaştırması.....	174
The Effects of Psychosocial Factors in Workplaces: The Case of Organized Industrial Zone.....	176
İktisat - Economics.....	177
Kripto Paraların Merkez Bankaları, Para Politikası ve Finansal İstikrar Üzerindeki Olası Etkileri.....	177
Osmanlı Devleti ile İngiltere Arasındaki Dış Ticaretin Dış Ticaret Hadleri Üzerinden Analizi	179



The Causality Relationship between Financial Development and Economic Growth: The Case of BRIC Countries	181
The Relationship between External Debt and Economic Growth: The Case of EAGLEs	182
Eğitimde Etkinliğin Ölçülmesi: PISA Verileri ile Bootstrap Veri Zarflama Analizi Tahmini.....	183
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Öğrencilerinin Beklenti ve Memnuniyetlerinin Ölçülmesi: Biga ve Gökçeada Örneği*	185
BRICS Ülkeleri İçin İnovasyon ve Yüksek Teknoloji İhracatı İlişkisinin Ekonometrik Analizi	187
E7 Ülkelerinde Küreselleşme ile Savunma Harcamaları İlişkisi Üzerine Bir Analiz	189
The Impact of British Pound/American Dollar Parities on Global Gold Prices(1792-2014)	191
The Impact of Bank Concentration on Banks' Risk Indicators: Western European Countries Banks Panel Data Analysis (2011-2016).....	192
Borsa İstanbul Pay Piyasasında Ocak Ayı ve Haftanın Günleri Anomalisinin Araştırılması	193
Türkiye’de Bölgesel Gelir Eşitsizliği ve Bölgesel Eşitsizliğin Sektörel Dinamikleri: 2004-2017	195
Dış Ticaret Hadleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği	197
Türkiye’de İnternet ile Doğrudan Yabancı Yatırımlar Arasındaki İlişki: Toda-Yamamoto Nedensellik Yaklaşımı.....	198
Eğitimin Demokrasi Üzerindeki Etkisi: Yüksek Gelir Grubu Ülke Panel Veri Analizi	199
Finansal Politikaların ve Düzenlemelerin Kriz Sonrası Ortamda Para ve Sermaye Piyasaları Üzerindeki Etkisi	200
Isparta İli Mermercilik ve Doğal Taş Sektörü Rekabet Gücü Araştırması	202
Türkiye’de Turizm Gelirlerinin İşgücü Verimliliği Üzerine Etkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı.....	204
Türkiye ve İsrail’in Dış Ticaretinin Karşılaştırmalı Rekabet Analizi	206
Çin ve Hindistan: Küresel Rekabette Yeni Zirve Adayları	208
Türkiye ve Şanghay İşbirliği Örgütü Üyelerinin Dünyada En Fazla Talep Edilen Ürün Gruplarındaki Rekabet Yapısı	210
“İşleyen Demir İşçiler”: Çalışma Saatlerinin ABD’de Yaşlıların Günlük Yaşam Konforuna Etkisi.....	212
Sosyobiyoji Üzerine: İktisat Özelinde Bir Tartışma.....	214
Türk İmalat Sanayinde Kar Marjını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Uygulama	216
Türk İmalat Sanayinde Piyasaya Giriş ve Çıkış	217
Doğu Asya Kalkınmasında Kurumsal Faktörlerin Rolü.....	218



Doğrudan Yabancı Sermaye'nin İşsizlik Üzerindeki Etkisi: Brics-T Örneği.....	220
Amerika Birleşik Devletleri'nde Yaşlı Çalışanlar İçin Çalışma Saati İle Depresyon Arasındaki İlişki.....	221
Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Ebeveynlerin Sosyal Statüsü ile Yaşlı Yetişkinlerin Ruh Sağlığı Arasındaki İlişki.....	223
Kaya(Şeyl) Gazının Çevre Kirliliği Üzerine Etkileri.....	225
Türkiye'de Teknolojinin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: VECM Yaklaşımı	227
Comparison of Turkey and the European Union Member States' Information and Communication Infrastructure and Competitiveness Effects.....	229
An Alternative Financial Model for Supporting Women Entrepreneurship: Microcredit.....	230
Çalışma Saatlerinin Artması Ölüm Riskini Etkiler Mi? : Yaşlı Nüfusta Çalışma Saati ve Ölüm Arasındaki İlişki.....	231
Kurumsal Faktörler ve Ekonomik Değişkenler Arasındaki Etkileşim: MENA Ülkelerine Yönelik Deneysel Bir Analiz.....	233
The Effects of Turkish Football Federation's Penalties upon The Sportive Succes of Super League Teams: Analysis of Ordered Logit Regression	235
The Analysis of Health Demand in The Framework of Grossman Model	236
Time-Varying Propagations between Oil Market Shocks and Stock Market: Evidence from Turkey .	237
Getiri Eğrisi Banka Karlılığını Nasıl Etkiler? Dinamik Panel Veri Analizi Bulguları.....	238
Türkiye'de Merkez Bankası'nın Faiz Kararları ve Getiri Eğrisi	240
Ne Eğitimde Ne İstidamda Ne De Yetiştirmede Yer Alan Gençler (NEIY) Sorununa Gençlik Garanti Programı Doğrultusunda Çözüm Önerileri	241
Türkiye'de Kadın İstihdamı ve Ekonomik Gelişme: Yapısal Değişim Nedensellik Testi	242
Türkiye'deki Hanehalkı Tasarruflarının Davranışsal İktisat Perspektifinden Değerlendirilmesi.....	244
Hanehalkı Tasarruf Davranışını Ebeveyn Altruizmi Motive Eder mi?.....	246
Amerika Birleşik Devletleri'nde Çalışma Süreleri ve Uyku Arasındaki İlişki.....	248
Türkiye'de Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinin Ekonomik Boyutu	250
Ar-Ge Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: G8 Ülkeleri İçin Bir Panel Veri Analizi ..	252
Türkiye Ekonomisinde Makroekonomik Değişkenler ile Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişki	254
Dünyadaki İhracat Teşvikleri ve Çin Ekonomisi	256



Türkiye’de Faaliyet Gösteren Doğal Gaz Dağıtım Firmalarının Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Etkinliğinin Araştırılması.....	258
Türkiye’de Dolarizasyon, Faiz ve Enflasyon İlişkileri: Hatemi-J Asimeterik Nedensellik Kanıtları	261
Beşeri Bir Üretim Faktörü Olarak Girişimci	262
Ticari ve Finansal Dışa Açıklığın Girişimcilik ve İnovasyona Katkısı	264
Üst ve Orta Yönetimde Kadın İstihdamının Girişimcilik ve İnovasyona Katkısı	266
Comparison of Sectoral Performance of R&D Expenditures: Analysing Innovation Based Economic Growth.....	268
Is Brexit a Transaction Cost Problem?.....	269
Pazarlama – Marketing.....	271
Yeşil Tedarik Zinciri Uygulamalarının İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi	271
The Influence of Retro Marketing Advertisements on Consumer Purchasing Behavior in Social Media	273
Denge Kuramı Perspektifinden Paket Şematiği, Ürün ve Tüketici Arasındaki İlişkide Dengeleyici Unsurların Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma	274
An Investigation of Post-Purchase Cognitive Dissonance and Its Determinants in Online Shopping. 276	
The Effect of Facebook, Youtube and Instagram Advertisements On Consumers’ Buying Behaviours	277
Perakendecilikte Rekabet Silahı Perakendeci Markası ve Ankara İlinde Bir Uygulama	278
Gerilla Pazarlamanın Karanlık Yüzü: Karanlık Pazarlama	280
Dokunsal ve Görsel İşaretler Kapsamında Çoklu Duyu Etkileşimin ve Duyusal Uyumsuzluğun Tat ve Fiyat Algısı Üzerine Etkisi.....	282
Marka Mirası	285
Tüketici Gözüyle Duyguların Renkleri.....	287
Sosyal Medya Bağımlılık Davranışı	289
Mobil Reklam İçeriğinin Müşteri Satınalma Niyetine Etkisi	290
Üniversite Öğrencilerini Bilgisayar Oyunu Oynamaya Yönelten Motivasyon Unsurlarının Değerlendirilmesi: Nitel Bir Araştırma	292
Yükselen Strateji ‘Yeşil Marka Değeri’: Belirleyicileri ve Sonuçları.....	295
Genç Tüketicilerin Gıda Etiketleri Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma.....	298



Demografik Özelliklerin Sipariş Alıcı ve Şoför Satışçı Satış Temsilcilerinin Girişimcilik Niyetine Etkisinin İncelenmesi	300
Tüketici Sinizmi Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlanması: Güvenilirlik ve Geçerlilik Araştırması.....	302
Bilgi Gizliliği Kavramı ve Tüketiciler Üzerindeki Potansiyel Etkileri	305
Sağlık Turistlerinin Algıladıkları Değerin Tatmin Aracılığı ile Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Ampirik Bir Araştırma	306
Müşteri Deneyimlerinde Duygusal Zekanın Rolü: Hazır Kahve Tüketicileri Üzerine Bir Araştırma.....	308
Tüketicilerin Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim Motivasyonlarının Analizi	310
Olumsuz Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama İletişimine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Z kuşağı Örnekleme.....	312
Vatandaşların Kent Deneyimlerinin İncelenmesi	314
Yeşil Ürün Farkındalığının Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi	317
A Social Cognitive Theory Perspective on Marketing Studies: A Literature Review	319
Reklamda Görsel Kimlik Öğeleri: British Town Örneği	320
Nöropazarlama Perspektifinde Tüketici Karar Verme Sürecinin İncelenmesi.....	322
Alışveriş Merkezleri Bağlamında Deneyimsel Değerin Müşteri Memnuniyetine Etkisi	323
Sosyal Medyadaki Gösteriş Tüketiminin Satın Alma Niyetine Etkisi	326
Tüketicinin Sürdürülebilir Ürün Satın Alma Niyeti İle Davranışı Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir İnceleme	328
Elektronik Atık Geri Dönüşüm Davranışının Motivasyon-Yetenek-Fırsat Modeli ile İncelenmesi	330
Does Positioning One's Brands against a Large Competitor's Decrease Sales?.....	332
Sosyal Medyada Bilgiyi Benimseme: Turizm Bilgisi Üzerine Ampirik Bir Çalışma*	333
Marka Özgünlüğünün Marka Aşkı ve Marka Tercihi Üzerindeki Etkisi: Samsung Örneği	335
Kadınlara Özel Tüketim Ritüelleri ve Tüketim Deneyimleri.....	337
A Study on The Investigation of Online Buying Behaviors by Gender Factor	340
A Study on Forecasting Yearly Production Quantity of Organic Farming in Turkey.....	341
İşlevsel ve Deneyimsel Reklamların Akıllı Saatlerin Benimsenmesine Etkisi ve Tüketicilerin Zihinsel Bakış Açılarının Rolü	342
Marka Şehir Oluşturma: Bilecik İli Osmaneli İlçesinde Şehir Pazarlaması Sürecinde Algının Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma	344



Pazarlamada Yeni Eğilimler: Deneysel Pazarlama Kapsamında Bilecik İli Osmaneli İlçesinde Bulunan Şifalı Su İçmeler Tesisi Üzerine Bir Araştırma	346
Hızla Yaşlanan, Karmaşık ve Uzun Ömürlü Toplumlar için Hazır Mıyız?.....	348
Değer Yönelimleri Kapsamında Kişisel Norm ve Çevreci Öz Kimliğin Çevreci Ürünlere Yönelik Tutum Üzerindeki Etkileri	351
İnternet Üzerinden Alışverişte Sosyal Buradalığın Güven Üzerindeki Etkisi ve Satın Alma Niyetindeki Değişim	352
Algılanan Hizmet İnovasyonu Seviyesinin Davranışsal Niyet Üzerine Etkisi: Algılanan Değer ve Müşteri Tatmininin Rolü	354
Girişimci Pazarlama Boyutları ile Firma Performansı Arasındaki İlişki ve Etik Liderlik Tarzlarının Moderatör Etkisi.....	356
Sosyal Medya Kullanımı ile Marka Farkındalığı ve Marka Sadakati Arasındaki İlişkinin İrdelenmesi..	358
Muhasebe ve Finans – Accounting and Finance	359
Denetim Komitesi Etkinliği ve Firma Performansı: BİST’te Bir Uygulama	359
Bir Katılım Bankacılığı Enstrümanı Olarak Yatırım Vekâleti ve Analizi.....	361
İslami Hisse Senedi Endekslerinde Yer Alan Şirketlerin Sektör Bazlı İncelenmesi: Katılım 50 ve Ziraat Portföy Katılım Endeksi Örneği.....	363
Emtia Fiyatlarının Navlun Piyasasına 2008 Krizi Dikkate Alınarak Etkisi: Demir Cevheri Fiyatıyla Capesize Taşımacılığı Üzerine Bir Araştırma.....	365
AAOIFI Faizsiz Finans Standartları ve Sermaye Piyasası Kurulu Mevzuatında Sukuk Düzenlemeleri..	367
Deniz Taşıma Maliyetlerinin Türkiye’deki Elektrik Fiyatlarına Etkisi	369
Borsalar Taşımacılığa Olan Talebi Yansıtır Mı? NYSE ve ABD-Çin Konteyner Navlunlarından Bir Bulgu	371
Toplum 5.0 Etkisinde Maliyet Muhasebesinde Yaşanan İnovasyon	373
S. M. M. M. Bürolarının Öğrenen Örgüt Olma Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma: Karabük İli Örneği ..	375
Proje Maliyet Tahmini: Alternatif Yaklaşımlar.....	377
Dergi Kapağı Objesinin Maliyet ve Faydası Üzerine Araştırma	379
Denetim Komitesi Özelliklerinin Firma Performansı Üzerine Etkisi: BİST’te Bir Uygulama.....	380
Türkiye’deki Vakıf Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergilerinin Bibliyometrik Analizi	382
Finansal Bilgi Manipülasyonunun Borsa İstanbul Yakın İzleme Pazarında Araştırılması.....	385



Google Trends Arama Hacim Endeksine Dayalı Yatırım Analizi: USD/TRY Örneği	387
İşletmelerde Entelektüel Sermayenin Önemi ve Mali Değerinin Muhasebeleştirilmesi	389
Muhasebe ve Denetim Bölümü Öğrencilerinin Kariyer Planlaması Üzerine Bir Araştırma.....	391
Özel Entegratörlük Uygulamasının Değerlendirilmesi ve İnternet Tabanlı Uygulamaların Mükellefler Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma.....	393
Artificial Intelligence in Accounting.....	395
Hayat Evresi Temelli Maliyetleme ve Bir Model Önerisi	396
Kaliteli Finansal Raporlamada Muhasebe Meslek Etiğinin Önemi	398
Bağımsız Denetim Kalitesi ve Gelir Tablosu Kalemlerine İlişkin Sınıflandırmanın Değiştirilmesi Yoluyla Kâr Yönetimi Arasındaki İlişki: BİST İmalat Sanayii Şirketleri Üzerine Bir Araştırma*	400
Türkiye’de İslami Fintek İş Modelinin SWOT Analizi	402
Dünya Borsalarının Özkaynak Göstergelerine Göre Kıyaslanması: Ocra Yöntemi Uygulaması.....	404
Mesleki Şüphencilik ve Muhasebe Etik Kavramı	406
Hayat-Dışı Sigorta Şirketlerinde 16 Yıl Arayla Yapılan Etkinlik Analizleri ve Sonuçlarının Karşılaştırılması	408
Evaluation of Ifrs 15 Revenue from Contracts with Customer within The Scope of Customer Loyalty Programs	411
5746 Sayılı Ar-ge ve Tasarım Kanununda Yer Alan Vergi Teşviklerine Göre Amortismanlar ve Hızlı Amortisman Uygulaması	413
Teknokentlerde Faaliyet Gösteren İşletmelerde İstisna Kazancın Kapsamı, Şartları, Tespiti ve Muhasebeleştirilmesi	415
Kadınların Yönetim Kuruluna Katılması Kurumsal Sürdürülebilirliği Etkiler mi? BİST100 Üzerine Bir Çalışma	417
Kurumsal Yönetim ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Kavramsal Çerçeve.....	419
Yönetici Aşırı Güveninin Firmalarda Dağıtılan Temettü Üzerine Etkisi	421
Grey but Not Forgotten: Sustainable Financial Inclusion of The Elderly.....	423
Hisse Senetleri Piyasalarında Heterojenlik Analizi: Borsa İstanbul Örneği.....	424
Hidroponik (Topraksız) Tarımın Fayda Maliyet Analizi	426
Bist Sürdürülebilirlik Endeksi İşletmelerinin Sera Gazı Beyanlarına Yönelik Güvence Denetimleri: Isae 3410 Güvence Denetim Standardına İlişkin Bir Araştırma	428



Finansal Oranların Borsa Performans Oranına Etkisi: Türkiye İmalat İşletmeleri Örneği	430
Viop30 Vadeli İşlem Sözleşmesi ile Çeşitli Makroekonomik Faktörler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	431
Nakit Akış Döngüsünün Belirleyicileri ve Nakit Akış Döngüsünün Firma Performansı Üzerindeki Etkisi	433
Türkiye’deki Katılım Endeksleri ile Ulusal ve Uluslararası Endeksler Arasındaki İlişkinin Analizi	435
Kamu Yönetimi – Public Administration.....	437
Kooperatiflerde İç Denetim Süreci: Eğirdir Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri Örneği	437
Türkiye’de Kamu Hizmetlerinin Sunumunda Gönüllü Sivil Toplum Kuruluşlarının Katılımı: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı Örneği	439
Paretocu Bir Yaklaşımla Ekonomik Bir Elit Olarak Türk Sanayici ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD)Üzerine Bir Etkinlik Analizi	441
Misyon ve Vizyon Bildirimlerinde İnovatif Kavramları: Ege Bölgesi Üniversiteleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz*	443
Türkiye’de Halkın Kent Yönetimine Katılımı Sorunu ve Kent Konseyleri.....	445
Türkiye’de Askeri Darbe Geleneği ve 15 Temmuz Darbe Girişimi.....	446
Turizm - Tourism.....	447
Otel İşletmelerinin Etkinlik Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Uygulama: İzmir Örneği	447
Favoritism and Work-Family Conflict: Mediating Effect of Psychological Contract and Well Being in Small and Medium-Sized Hotels.....	449
Assessing The Motivation to Ride Bicycles in Touristic Attractions: Ladies' Perspective in Izmir	450
İş Fikrinden Uygulamaya Girişimcilik Yolculuğu, İonia Saman Otel Örneği.....	451
Turizm Sektöründe İşe Yabancılaşma: Örnek Olay Çalışması.....	453
İzmir Bölgesindeki Turistik ve Simgesel Yerlerin TripAdvisor Sitesindeki Yorumlarının İncelenmesi .	454
Senses and Local Food: The Case of Gaziantep.....	456
Beer Tourism in Izmir	457
Otel İşletmelerinde Kurumsal Kimlik Paradigmaları.....	459
Job Insecurity And Employee Incivility – The Mediating Role of Moral Disengagement and Moderation Role of Supervisor Support	461
İletişim - Communication	462



Status, Reputation and Legitimacy Through The Lens of Product Quality.....	462
Halkla İlişkilerin Bir Aracı Olan Kioskların Hastanelerde Kullanılmasının Kurumsal İmaja Etkileri Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma	464
Sağlık Çalışanları Perspektifinden Toplumun Devlet Hastanesi Algısı Üzerine Bir Saha Araştırması ..	466
Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler Paradigması	468
Yeni İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya Canlı Yayın Araçlarının Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları.....	470
Sosyal Medyanın Kanaat Önderleri, Sosyal CEOlar: Teknoloji Şirketleri CEOları Twitter Paylaşımları Üzerine bir Araştırma	472
Benlik Saygısı ve Dijital Geribildirimler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	474
Türkiye’de Reklamcılık Alanında Akademisyenlerin Akademik Özgeçmişlerine Yönelik Araştırma	476
Yeni İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya Canlı Yayın Araçlarının Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları.....	479
Ekonometri - Econometrics	481
Türkiye’de Sepet Kur ve Tüfe Verilerindeki Yapısal Kırımların Zivot-Andrews Birim Kök Testleri ile İncelenmesi	481
Hedonik Fiyat Teorisi ve Kentsel Dönüşüm: Semiparametrik Toplamsal Model	482
Yenilenebilir Enerji Tüketimi ve Sağlık Harcamaları Karbondioksit Emisyonunu Azaltır mı? AB Ülkeleri Örneği	486
Eskişehir’deki Üniversite Öğrencilerinin Tramvay Hizmetlerinden Memnuniyetlerinin ACSI Modeliyle Araştırılması.....	488
Avrupa Müşteri Memnuniyet Endeksi (Ecsi) ve Bir Uygulama	490
Üniversite Öğrencilerinin Termik Santrallere İlişkin Tutumlarının Araştırılması: Bir Yapısal Model Önerisi	491
Türkiye’nin Turizm Talebi: Bir Bayesyen Vektör Otoregresif Yaklaşımı	493
Türkiye’de Gençlerde Eksik İstihdamın Analizi.....	495
Bir Sağlık Kuruluşunda EFQM Modeli Açısından Çalışanların Tatmininin Ölçülmesi.....	497
İşe Bağlılık, Mutluluk ve İş Yerinde Yalnızlık.....	499
Ekonomik Özgürlük ve Mutluluk	501
Sayısal Yöntemler - Quantitative Methods	502



Madencilik Sektöründeki Firmaların Kurumsal Kaynak Planlamasını Uygulamaya Yönelik Örgütsel Hazırbulunuşluluğunun Neutrosophic Kümelerle İncelenmesi.....	502
DEMATEL ve MOOSRA Bütünleşik Yaklaşımıyla Tedarikçi Seçimi: Mobilya Fabrikasında Bir Uygulama	504
Fındık İşletmelerinde İnovasyonu Etkileyen Faktörlerin AHP Yöntemiyle Belirlenmesi: Ünye İlçesinde Bir Uygulama	506
Determination of Symbolic Consumption Factors of Adult Z Generation Consumers in Third Wave Coffeehouses*	509
Statik Tesis Yerleşim Problemi için Benzetimli Tavlama Algoritması	510
Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Kesintisiz Güç Kaynağı Seçimi	512
Çöp Toplama Araç Rotalama Problemi için Genetik Algoritma.....	513
Olabilirlik Ortalama – Varyans Modeline Senaryo Analizinin Entegre Edilmesi.....	515
Gri İlişkisel Analiz Yöntemi ile Yüksek Hızlı Tren Hatları için Optimum Rotanın Belirlenmesi.....	517
Turizm Sektöründe Yalın Yönetim Sisteminin Uygulanarak Verimliliğin Arttırılması	519
Gıda Sektöründe Müşteriye Özel Ürün Tasarımına Yönelik Kalite Fonksiyon Göçerimi Uygulaması..	521
Belediye Yönetim Bilgi Sistemlerinde Yazılım Hizmet Kalitesinin SERVQUAL ve AHP Tabanlı Analizi.	523
2000-2019 Yılları Arasındaki İspanya Borsa Verilerinden Telefonice Firmasının Yapay Sinir Ağları Yöntemleri ile Karşılaştırmalı Analizi	525
2019 Dünya Mutluluk Raporu Analiz Sonuçlarının Yapay Sinir Ağları Yöntemleri ile Karşılaştırmalı Analizi	527
Yapay Sinir Ağları ile Banka Müşterilerinin Bankadan Ayrılma Olasılığının Tahmini	529
Maliye – Public Finance	531
Trafik Cezalarının Anayasanın Eşitlik ve Adalet İlkeleri Açısından Değerlendirilmesi	531
Dayanışma Vergileri ve Olağanüstü Vergilerin Karşılaştırılması: Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemleri Açısından Değerlendirilmesi.....	533
Mücbir Sebep Hallerinin Mali Müşavirler Özelinde Güncellenmesi Zorunluluğunun İncelenmesi.....	535
YMM'lerin Tasdik İşlemlerinin Vergi Denetimi Açısından Değerlendirilmesi.....	537
COBIT Legislation and Compliance within The Regulatory and Supervisory Role of The State	539
Eski Olabilirlik Ortalama – Varyans Modelinin Matematiksel Analizi	540



Business and Organization Research
(International Conference)

Izmir
4th-5th-6th September 2019

Avrupa Birliği'nin Çevrenin Korunmasına Yönelik Fosil Yakıt Sübvansiyonlarının Kaldırılması Politikalarının Değerlendirilmesi	542
Sosyal Güvenlik Harcamaları Gelir Dağılımını Düzeltir mi? Konya Panel Nedensellik Kanıtları	544
Çevre Kirliliği, Sağlık Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: OECD Ülkeleri Örneği	546
Uluslararası İlişkiler - International Relations.....	548
Pilot Training Course on Accessibility Workplaces Workplace Inclusion 4.0	548
2021-2027 Çok Yıllı Mali Çerçevesi: Avrupa Birliği'nde Güncel Zorlukların Bütçe Önceliklerine Yansımaları	549
Understanding Geographic Indications in Light of Glocalization and Local Entrepreneurship.....	551
Dış Ticaret Girişimciliğinin Temellerine Keşifsel Bir Bakış	552
Geçici Koruma Statüsünde Bulunan Suriyeli Kadınlar -Demografik Yapı ve Uyum Üzerine Bir Alan Araştırması-	554



International Keynotes

Keynotes

Prof. Dr. Andreas Kuckertz, University Of Hohenheim, **Germany**, *Managing and Supporting The Development of Entrepreneurial Ecosystems*

Dr. Panos Milios, Dian Training and Management, **Greece**, *Skills, Unemployment and Studies*

Assoc. Prof. Dr. Wolfgang Schabereiter, Fh Joanneum University of Applied Sciences, **Austria**, *Pilot Training Course on Accessibility Workplaces*

Assist. Prof. Dr. Mishfiqur Rahman, University of Bradford, **UK**, *Conceptualising Work-Life Balance in the context of Nigeria and Bangladesh*

Assist. Prof. Angelo Tomaselli, Amsterdam Business School, **Netherland**, *Project Organizations in Entrepreneurship: Attaining Legitimacy and Attracting Investments*

- The conference meets the requirements of academic encouragement program in Turkey (Konferansımız, Türkiye'deki akademik teşvik programı kriterlerini sağlamaktadır).
- The conference meets the requirements of being an international conference for Associate Profesorship Application in Turkey (Konferansımız, Türkiye'deki doçentlik başvurularında uluslararası konferans olma kriterlerini karşılamaktadır).

Sosyal Medyadaki Gösteriş Tüketiminin Satın Alma Niyetine Etkisi

İbrahim Halil Efendioğlu³³²

Özet

Son on yılda sosyal medya kullanımının çok hızlı bir şekilde artması ile birlikte, toplumdaki gösterişçi tüketim yaşam tarzı sosyal medyaya taşınmıştır. İnsanlar, gösteriş amaçlı gerçekleştirdiği tüketim davranışlarını, diğer insanlara göstermenin bir yolu olarak sosyal medyayı kullanmaya başlamıştır. Hatta sosyal medya platformlarında gösterişli yaşamı yansıtan paylaşımlar yapmak bir trend haline gelmiştir. Değişen tüketim kültürü ile birlikte, sosyal medyadaki bu paylaşımları gören tüketici de, gördüğü ürüne veya hizmete karşı özentili ve istek duymaktadır. Böylece bireyler gösterişli ve pahalı markaları kullanarak toplum tarafından beğenilmeyi amaçlamaktadır. Veblen'in, The Leisure Class teorisi günümüzde benzer içeriğe sahip olup ancak sosyal medya gibi yeni bir ağ ile açığa çıkarılmaktadır. Bu durum göz önünde bulundurularak, araştırmada sosyal medyadaki gösterişçi tüketim eğiliminin satın alma niyetine olan etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda araştırmadaki amaç, sosyal medyanın gösterişçi tüketim mecrası olarak kullanılıp kullanılmadığının ve yapılan gösterişçi paylaşımların satın almaya niyetine etki edip etmediğinin araştırılmasıdır. Araştırma sosyal medyayı kullanarak tüketici satın alma niyetini artırmak isteyen lüks markalar için yararlı olacaktır. Bu amaçla sosyal medya kullanan 409 katılımcı ile yüz yüze anket yapılmıştır. Araştırma örneklemini, Türkiye-Gaziantep'te yaşayan ve sosyal medya kullanan katılımcılar oluşturmuştur. Toplanan verilerin yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak, AMOS ve SPSS istatistiksel paket programları ile analiz edilmiştir. Hipotez testlerinde ise sosyal medyadaki gösteriş tüketiminin alt boyutları olan; tüketim ilginliği, kişisel imaj temsiliyeti, paylaşım memnuniyeti'nin satın alma niyetine etkisi incelenmiştir. Analiz neticesinde elde edilen bulgulara göre tüketim ilginliği ($\beta=0.646$, $p\leq 0.001$), kişisel imaj temsiliyeti ($\beta=0.258$, $p\leq 0.001$) ve paylaşım memnuniyeti'nin ($\beta=0.166$, $p\leq 0.001$) satın alma niyetini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu durumda sosyal medya gösteriş tüketimi için elverişli ortamlardan biridir. Sosyal medyada gösteriş yapan bireyleri sosyal medyadan takip eden diğer bireyler, örnek almakta, fikir önderi olarak gördükleri bu bireylerin tüketim davranışlarından etkilenmekte ve onların sahip olduklarına öykünmektedirler. Araştırmada sosyal medyada paylaşım yapan kişilerin başkalarını etkileme ve gösteriş yapma amacıyla da tüketimde bulunabildikleri ve birbirlerinden etkilendikleri görülmüştür. Özellikle tüketicilerin satın alma düşüncelerini artırmak isteyen lüks markalar sosyal medya kullanıcılarının kişisel ilgi düzeyini iyi belirleyebilir ve stratejilerini bu yönde geliştirebilir.

Anahtar Kelimeler: *Gösterişçi tüketim, sosyal medya, satın alma niyeti.*

³³² Dr. Gaziantep Üniversitesi, Enformatik Bölümü, Gaziantep-Türkiye, efendioglu@gantep.edu.tr

The Impact of Conspicuous Consumption in Social Media on Purchasing Intentions

Abstract

With the rapid increase in the use of social media in the last decade, the conspicuous consumption lifestyle within society has been now transferred to the social media. People have started to use social media as a channel for displaying their conspicuous consumption behavior to other people. In fact, sharing posts on social media which reflect conspicuous lifestyles has become a trend. Along with the changing culture of consumption, the consumer who witnesses such portrayals on social media aspires to and desires the same products and services. In this way the different virtual identities created by people on social media legitimize conspicuous consumption. Veblen's The Leisure Class Theory has a similar content today; yet, it is experienced through a new network, which is social media. Having regard to this situation, this study examines the impact of the conspicuous consumption trend in social media on purchasing intentions. Accordingly, the study aims to discover whether social media is being used as a conspicuous consumption channel and whether these conspicuous portrayals affect purchasing intentions. This research will be useful for luxury brands who want to increase consumer intention to buy using social media. For that purpose, a face to face survey was carried out with 409 participants who use social media. The sample used in the study consisted of social media users living in Gaziantep in Turkey. The collected data was analyzed with AMOS and SPSS statistical package programs using structural equation modelling. The hypothesis tests examined the effect of consumer involvement, personal image representation and share satisfaction, which are the sub-dimensions of conspicuous consumption on social media, on purchasing intention. According to the findings resulting from the analysis, consumer involvement ($\beta=0.646$, $p\leq 0.001$), personal image representation ($\beta=0.258$, $p\leq 0.001$) and share satisfaction ($\beta=0.166$, $p\leq 0.001$) have been found to have a positive impact on purchasing intention. In this sense, social media is one of the practical platforms for conspicuous consumption. Other individuals following those involved in conspicuous consumption on social media are able to take them as examples, are influenced by the consumption behaviors of these leaders of opinion and are therefore able to imitate what they have. The study has revealed that those who share on social media can consume to influence others or to show off, and are affected by each other. In particular luxury brands that want to increase the purchasing intentions of consumers can properly identify the personal interest levels of social media users and can develop their strategies accordingly.

Keywords: *Conspicuous consumption, social media, purchase intention.*