
CONTENTS

	<u>Article Header</u>	<u>Page No</u>
1	ANALYSIS OF THE RESEARCH AND DEVELOPMENT EFFICIENCIES OF EUROPEAN UNION COUNTRIES	1-19
2	A FIELD RESEARCH ON THE ANALYSIS OF VOTERS POLITICAL TRUST PERCEPTIONS AS A MARKETING TOOL	20-41
3	EMPIRICAL ANALYSIS OF CRISIS MANAGEMENT PRACTICES IN TOURISM ENTERPRISES IN TERMS OF ORGANIZATIONAL LEARNING	42-57
4	PERFORMANCE EVALUATION AND DISTRESS PREDICTION FOR EFFECTIVE RISK MANAGEMENT IN FINANCE SECTOR: AN INTEGRATED DECISION MAKING PROCEDURE	58-94
5	ONLINE PRODUCT PURCHASE WITH DONATION PURPOSES: THE ROLE OF DONATION MOTIVATIONS AND ONLINE PURCHASE ELEMENTS ON PURCHASE INTENTION	95-114
6	DETERMINING THE DYNAMICS OF CUSTOMER SATISFACTION IN NATURAL GAS SECTOR	115-130
7	THE DEVELOPMENT PROCESS OF CONSUMER CULTURE AND THE ROLE OF TELEVISION PROGRAMS: A FOCUS GROUP STUDY	131-146
8	SCALE AND RELATIONSHIP ANALYSIS FOR TURKISH FURNITURE SECTOR	147-161
9	A RESEARCH ON INTERNAL MARKETING AND MOTIVATION: EMPLOYEE EVALUATION OF TRAINING AND DEVELOPMENT PROGRAMMES IN BANKING SECTOR	162-173
10	AN ANALYSIS OF THE LEVELS OF HEALTH CONSULTANTS' ORGANIZATIONAL SUPPORT AND ORGANIZATIONAL CYNICISM	174-190
11	COMPARATIVE ANALYSIS OF THE TURKISH FOOTBALL CLUB WEB SITES IN THE STOCK EXCHANGE IN ISTANBUL ON THE RELATIONSHIP BETWEEN THE COMPETITIVE INVESTORS IN THE UNITED KINGDOM	191-208

İÇİNDEKİLER

	<u>Makale Başlığı</u>	<u>Sayfa No</u>
1	AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNİN ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME ETKİNLİKLERİNİN ANALİZİ	1-19
2	POLİTİK PAZARLAMA ARACI OLARAK SEÇMENLERİN POLİTİK GÜVEN ALGILARININ İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR SAHA ARAŞTIRMASI	20-41
3	TURİZM İŞLETMELERİNDE KRİZ YÖNETİMİ UYGULAMALARININ ÖRGÜTSEL ÖĞRENME AÇISINDAN AMPİRİK OLARAK ANALİZİ	42-57
4	FİNANS SEKTÖRÜNDE ETKİLİ RİSK YÖNETİMİ İÇİN PERFORMANS DEĞERLENDİRME VE BAŞARISIZLIK TAHMİNİ: BÜTÜNLEŞİK BİR KARAR VERME PROSEDÜRÜ	58-94
5	BAĞIŞ AMAÇLI ONLİNE ÜRÜN SATIN ALMA: BAĞIŞ MOTİVASYONLARI VE ONLİNE SATIN ALMA UNSURLARININ SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ROLÜ	95-114
6	DOĞAL GAZ DAĞITIM SEKTÖRÜ MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ DİNAMİKLERİNİN BELİRLENMESİ	115-130
7	TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN GELİŞİM SÜRECİ VE TELEVİZYON PROGRAMLARININ KİŞİLERİN TÜKETİM DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ROLÜ: BİR ODAK GRUP ÇALIŞMASI	131-146
8	TÜRKİYE MOBİLYA SEKTÖRÜNE YÖNELİK ÖLÇEK VE İLİŞKİ ANALİZİ	147-161
9	İÇSEL PAZARLAMA VE MOTİVASYON ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARIN EĞİTİM VE GELİŞTİRME PROGRAMLARINI DEĞERLENDİRMELERİ	162-173
10	HASTA DANIŞMANLARININ ÖRGÜTSEL DESTEK VE ÖRGÜTSEL SİNİZM DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ	174-190
11	BORSA İSTANBUL'DAKİ TÜRK FUTBOL KULÜPLERİ WEB SİTELERİNİN İNGİLTERE'DEKİ RAKİPLERİYLE YATIRIMCI İLİŞKİLERİ AÇISINDAN ANALİZİ	191-208