

IDEA STUDIES Journal

International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies

Open Access Refereed E-Journal & Indexed & Publishing / e-ISSN:2587-2168

ideastudies.com ideastudiesjournal@gmail.com

Vol 9 Issue 50, JUNE 2023



CONTENT / İÇİNDEKİLER

Ziřan Yardım Kılışkan Makro İhtiyati Politika ve Finansal İstikrar Macroeprudential Policy and Financial Stability	Research Article 1162-1171	1
Hakan Rodoplu & Fatih Arslan Uçak Kiralama Sektöründe Covid-19 Öncesi ve Sonrası Pazar Analizi An Analysis of The Aircraft Leasing Industry Market Before and After The Covid-19 Pandemic	Research Article 1172-1182	2
Deniz Aydın Siyasal Reklam Araçlarının Z Kuşuğı Seçmeni Üzerindeki Etkilerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma A Study To Measure the Effect of Political Advertising Tools on Z Generation Voters	Research Article 1183-1195	3
Sümevra Acat Anında Teslim Hizmeti Kullanımının Marka Sadaki Üzerine Etkisi: Süpermarket ve İndirimli Market Karşılaştırmalarına Yönelik Bir Araştırma The Effect of Instant Delivery on Brand Loyalt: A Study of Supermarket and Discount Comprasions	Research Article 1196-1205	4
Büşra Ural Avrupa Birliğı Politikalarında Yeřil Anlařma Süreci ve Otomotiv Sektörüne Etkisi The Green Deal Process in European Union Policies and Its Effect on The Automotive Industry	Research Article 1206-1212	5
Ali Erdoğan & Ahmet Atakiři Bankacılık ve Sigortacılık Lisans Programı Öğrencilerinin İstatistiksel Araştırma ve Problem Çözme Yeteneklerinin Tespiti; Teknolojik Donatılar İle Geliřtirilmesi Determination of Statistical Research and Problem-Solving Skills of Banking and Insurance Undergraduate Program Students; Development with Technological Equipment	Research Article 1213-1220	6
Saim Tař İř Sağılığı ve Güvenliğı Kavramı, Prosedürleri ve Programları Occupational Health and Safety Concept, Procedures and Programs	Review Article 1221-1226	7
Ülkü Melike Alptekin & Eda Yılmaz Alarçin Sosyal Pazarlama Kapsamından HES Uygulaması Bilinirliğı Awareness of the HES Application in the Scope of Social Marketing	Research Article 1227-1238	8