

Table of Contents		Page
1	<b>The Relationship between Aggregated–Disaggregated Energy Consumption and Economic Growth in Turkey</b> <i>Ugur Korkut Pata, Harun Terzi</i>	1-15
2	<b>Asset Market Linkages in a Regime Switching Environment: Evidence from Commodity and Stock Markets in India</b> <i>Shelly Singhal, P.C.Biswal</i>	17-29
3	<b>Kurumsal Yapının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri: G-20 Ülkeleri Üzerinde Bir Uygulama (1996-2014)</b> (The Effects of Institutional Structure on Economic Growth: An Application on G-20 Countries (1996-2014)) <i>Omer Yalcinkaya, Sekip Yazgan</i>	31-49
4	<b>Küresel Ekonomik Krizin Türkiye İşgücü Piyasasındaki Etkileri: Markov Geçiş Analizi</b> (The Impact of the Global Economic Crisis on the Turkish Labor Market: A Markov Transition Analysis) <i>Elif Oznur Acar</i>	51-66
5	<b>Altın Fiyatlarındaki Değişimin Markov Rejim Değişim Modelleriyle İncelenmesi</b> (Analysis of Volatility in Gold Prices with the Markov Regime-Switching Models) <i>Samet Evcı, Nazan Sak, Gokben Adana Karaagac</i>	67-77
6	<b>İllerin Ekonomik Gelişmişliği Üzerinde Yaratıcı Sınıfın Etkisi: Türkiye Örneği</b> (The Effect of Creative Class on Economic Development of Cities: The Case of Turkey) <i>Habibe Günsel Dogrul, Mediha Mine Celikkol, Naci Murat</i>	79-95
7	<b>Analysis of Service Recovery Failure: From Minority Perspective</b> <i>Yasemin Ocal Atinc</i>	97-106

8	<b>E-Perakende Hizmet Kalitesinin Tekrar Satın Alma Üzerindeki Etkileri</b> (The Effects of E-Retail Service Quality on Repurchase Intention) <i>Melih Baskol</i>	107-121
9	<b>The Effects of Interactions between Management Control Systems and Strategy on Firm Performance: An Empirical Study</b> <i>Melek Eker, Semih Eker</i>	123-141
10	<b>Impact of New Standard "IFRS 16 Leases" on Statement of Financial Position and Key Ratios: A Case Study on an Airline Company in Turkey</b> <i>Meryem Ozturk, Murat Sercemeli</i>	143-157
11	<b>B2B/Endüstriyel Pazarlar İçin Anahtar Müşteri Yönetimine İlişkin Müşteri Yaşam Boyu Değerinin Hesaplanmasında Muhasebe ve Pazarlamanın Rolü</b> (The Role of Accounting and Marketing in Calculating Customer Lifetime Value on Key Account Management in B2B/Industrial Markets) <i>Vedat Ekergil, Nezihe Figen Ersoy</i>	159-180