

**4. ULUSLARARASI SOSYAL VE EKONOMİK
ARAŞTIRMAŞARI ÖĞRENCİ KONGRESİ**

BİLDİRİ ÖZETLERİ

**4th INTERNATIONAL SOCIAL AND ECONOMIC
RESEARCH STUDENT CONGRESS**

ABSTRACT BOOK

29-30 ARALIK 2021

**Editör
Prof. Dr. Ahmet AY**

4. ULUSLARARASI SOSYAL VE EKONOMİK ARAŞTIRMALARI ÖĞRENCİ KONGRESİ

4th INTERNATIONAL SOCIAL AND ECONOMIC RESEARCH STUDENT CONGRESS

29-30 ARALIK 2021

Editör
Prof. Dr. Ahmet AY

Her hakkı saklıdır. Bu kitabın tamamı ya da bir kısmı yazarlarının izni olmaksızın,
elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz,
yayınlanamaz depolanamaz.

Bu kitaptaki bilgilerin her türlü sorumluluğu yazarlarına aittir.



EISBN:978-605-74442-4-0

KEYKUBAT YAYINLARI

Akademi Mah. Yeni İstanbul Cad. No:343 /Z01 Selçuklu / KONYA

MATBAA SERTİFİKASI: 46389

Konya Şubat 2022

KEYKUBAT YAYINLARI

Akademi Mah. Yeni İstanbul Cad. No:343 /Z01 Selçuklu / KONYA

T.C. KÜLTÜR BAKANLIĞI YAYINCI SERTİFİKASI: 46389

BİLİM KURULU		
İsim	Üniversite	Ülke
Abdülkadir BULUŞ	Necmettin Erbakan Üniversitesi	Türkiye
Ahmet UZUN	Akdeniz Üniversitesi	Türkiye
Alisher RASULEV	Institute of Economics	Özbekistan
Angelo SANGOSTINO	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	Türkiye
Antonio R. ANDRES	VŠB-Technical University of Ostrava	Çekya
Bahadır UMURZAKOV	G.V. Plekhanov Russian University of Economics	Özbekistan
Bedriye TUNÇSİPER	İzmir Demokrasi Üniversitesi	Türkiye
Birol AKGÜN	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	Türkiye
Birol MERCAN	Necmettin Erbakan Üniversitesi	Türkiye
Danijela JACİMOVIĆ	University of Montenegro	Karadağ
Debasis KKUNDU	Indian Institute of Technology	Hindistan
Doğan UYSAL	Manisa Celal Bayar Üniversitesi	Türkiye
Dzhumabek DZHAİLOV	Ministry of Agriculture	Kırgızistan
Emil PAPAZOV	University of National and World Economy	Bulgaristan
Ercan EREN	Yıldız Teknik Üniversitesi	Türkiye
Ergin JABLE	Priştine Üniversitesi	Kosova
Euphrasia Susy SUHENDRA	Gunadarma University	Endonezya
Fadıl HOCA	Uluslararası Vizyon Üniversitesi	Makedonya
Fariz AHMADOV	Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi	Azerbaycan
Ferda HALICIOĞLU	University of Lincoln	Türkiye
Fevzi OKUMUŞ	University of Central Florida	ABD
Gani KALIEV	Academy of Agricultural Sciences	Kazakistan
Haldun SOYDAL	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Harini MITTAL	Bronx Community College	ABD
Harun BAL	Çukurova Üniversitesi	Türkiye
Hasan Kürşat GÜLEŞ	Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi	Türkiye
Hayati AKTAŞ	Akdeniz Üniversitesi	Türkiye
Himmet KARADAL	Aksaray Üniversitesi	Türkiye
Hon Keung Tony Ng	Southern Methodist University	ABD
Igor KOKH	Kazan Federal University	Rusya
İbrahim BAKIRTAŞ	Aksaray Üniversitesi	Türkiye
José Ramos Pires MANSO	University of Beira Interior	Portekiz
Jozsef VARGA	Kaposvar University	Macaristan
Jusup PIRIMBAEV	Kyrgyzstan-Turkey Manas University	Kırgızistan
Katalin SZENDRO	Kaposvar University	Macaristan
Kenan ÇELİK	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Türkiye
Khodjamakhmad UMAROV	Institute of Economics	Tacikistan
Laszlo MARKUS	Eotvos Loránd University	Macaristan
Lazet TULBASSIYEVA	L.N. Gumilyov Eurasian National University	Kazakistan
Ljubomir DRAKULAYEVSKI	Ss. Cyril and Methodius University	Makedonya
Lyudmila MIHAYLOVA	University of Ruse	Bulgaristan
Manfred BOROVNCIK	Klagenfurt University	Avusturya
Mehmet Göküş	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Metin Aksoy	Selçuk Üniversitesi	Türkiye

Metin BERBER	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Türkiye
Muammer Zerenler	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Muqtedar KHAN	University of Delaware	ABD
Mustafa MİYNAT	Manisa Celal Bayar Üniversitesi	Türkiye
Nezir KÖSE	Beykent Üniversitesi	Türkiye
Niels HAHN	SOAS University of London	İngiltere
Nihal YILDIRIM MIZRAK	Anadolu Üniversitesi	Türkiye
Niyazi NIYAZOV	St. Petersburg State University	Rusya
Nuriddin KAYUMOV	Tajikistan Academy of Sciences	Tacikistan
Orazaly SABDEN	Institute of Economics	Kazakistan
Orhan GÖKÇE	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Ömer Selçuk EMSEN	Atatürk Üniversitesi	Türkiye
Rauf HASANOV	West Caspian University	Azerbaycan
Recai COŞKUN	Bakırçay Üniversitesi	Türkiye
Roberto DELL'ANNO	University of Salerno	İtalya
Selahattin SARI	Beykent Üniversitesi	Türkiye
Serdar ALTINOK	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Türkiye
Shuo-Jye WU	Shuo-Jye WU-Tamkang University	Tayvan
Şaban Halis ÇALIŞ	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Tahir AKGEMCİ	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Taleb M. Awad-WARRAD	The University of Jordan	Ürdün
Tatiana PYSHKINA	Academy of Economic Studies of Moldova ASEM	Moldova
Turar KOYCHUEV	National Academy of Sciences	Kırgızistan
Viktor BARHATOV	Chelyabinsk State University	Rusya
Zu'bi Mohammad Fadel Al-Zu'bi	The University of Sidney	Avusturalya

DÜZENLEME KURULU		
İsim	Üniversite	Ülke
Prof. Dr. Ahmet AY	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Arş. Gör. Dr. Ayşen EDİRNELİGİL	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Arş. Gör. Mustafa TEK	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Mahamane Moutari ABDOU BAOUA	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Ayşe ÇIVAK	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Sümeyra EVREN	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Sümeyye KOÇ	Selçuk Üniversitesi	Türkiye
Mustafa AY	Selçuk Üniversitesi	Türkiye

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

MOUNTAIN AGRICULTURE SUSTAINABILITY BASED ON AGRIBUSINESS MANAGEMENT. CASE STUDY OF THE EUROPEAN UNION	6
<i>Brîndusa COVACI^a</i>	<i>6</i>
<i>Mihai COVACI^b</i>	<i>6</i>
PAZARLAMADA YENİ TREND FİJİTAL (PHYGITAL) PAZARLAMA	7
<i>Ömer AYDIN^a</i>	<i>7</i>
<i>Aziz ÖZTÜRK^b</i>	<i>7</i>
TÜKETİCİLERİN GÖSTERİŞÇİ TÜKETİME EĞİLİMLERİ/ SATIN ALMA DAVRANIŞINDA INSTAGRAM REKLAMLARININ ETKİSİ	8
<i>Şahika APAYDIN^a</i>	<i>8</i>
PAZARLAMADA YENİ BİR YAKLAŞIM; POSTMODERN PAZARLAMA; POSTMODERN TÜKETİCİ PROFİLİ	9
<i>Şahika APAYDIN^a</i>	<i>9</i>
NATURAL DİSASTERS AND ECONOMIC GROWTH: A PANEL DATA APPROACH	10
<i>Bengisu DURU^a</i>	<i>10</i>
2016 YILI SONRASINDA TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI'NDA ALINAN PARA POLİTİKASI KARARLARININ METİN İÇERİK ANALİZİ	11
<i>Savaş ERDOĞAN^a</i>	<i>11</i>
<i>Betül BAYRAM^b</i>	<i>11</i>
KONUT FİNANSMANIN KAMU GELİRLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	12
<i>Cansu AKGÜN BAŞKAL^a</i>	<i>12</i>
KRİPTO PARALARDA SÜRÜ DAVRANIŞININ İNCELENMESİ.....	13
<i>Hilal KARAHASANOĞLU</i>	<i>13</i>
THE SOURCES OF ECONOMIC PROBLEMS IN JORDAN	14
<i>Abdalraheem ALKAED^a</i>	<i>14</i>
AFGANİSTAN'IN BADAHŞAN İLİNİN BAHARAK İLÇESİNDE ARICILIK FAALİYETİNİN EKONOMİK ANALİZİ.....	15
<i>Mithat Direk^a</i>	<i>15</i>
<i>Hasiba YUSOFİ^b</i>	<i>15</i>
KONYA İLİ MERAM İLÇESİNDE HAVUÇ YETİŞTİRİCİLİĞİ YAPAN TARIM İŞLETMELERİNİN EKONOMİK ANALİZİ.....	16
<i>Mithat Direk^a</i>	<i>16</i>
<i>Türkan Berkay Doğanay^b</i>	<i>16</i>
COVID -19 SALGINININ DÜNYA ÜZERİNDEKİ MAKROEKONOMİK ETKİLERİNİN SEKTÖREL ANALİZİ	17
<i>Gürkan ÇENESİZ^a</i>	<i>17</i>

COVID-19 SALGIN SÜRECİNİN EKONOMİK VE SOSYAL ETKİLERİ.....	18
<i>Burulay GULAMİDİN KIZI ^a.....</i>	<i>18</i>
GELİŞMİŞ ÜLKELERDE DEMOKRASİ VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ.....	19
<i>Atiye Nur GÜLER.....</i>	<i>19</i>
<i>Menekşe ÇİCEK.....</i>	<i>19</i>
SOSYOEKONOMİK SEVİYESİ YÜKSEK BİREYLERİN İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNE DAİR FARKINDALIĞI, VAATLERİ VE BEKLENTİLERİ: ANKARA ÇANKAYA İLÇESİ	20
<i>Elifhan TAN ^a.....</i>	<i>20</i>
MALİ'DE MİLLİ GELİR BİLEŞENLERİNİN BÜYÜME KATKILARI	21
<i>Lassine DOUMBIA ^a.....</i>	<i>21</i>
NİJER'DE ETNİK GRUPLAR VE BİRLİKTE YAŞAMA PERSPEKTİFİ.....	22
<i>Ibrahim OUSSEİNİ ISSA ^a.....</i>	<i>22</i>

MOUNTAIN AGRICULTURE SUSTAINABILITY BASED ON AGRIBUSINESS MANAGEMENT. CASE STUDY OF THE EUROPEAN UNION

TARIM İŞLETMECİLİĞİNE DAYALI DAĞ TARIM SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: AVRUPA BİRLİĞİ ÖRNEĞİ

Brîndusa COVACI^a

Mihai COVACI^b

^aAssoc.Prof. PhD & Senior Researcher, Centre for Mountain Economy & Zealandina Agency, London, United Kingdom.

ORCID: 0000-0002-0713-1068

E-mail:

covaci@zealandina.co.uk

^bAssoc.Prof. PhD, Hyperion University & Zealandina Agency, London, United Kingdom.

ORCID: 0000-0002-6757-7336

E-mail:

zealandina.agency@gmail.com

ABSTRACT

Purpose –The paper aims the agribusiness management in European Union, specifically in Romania. The necessity of this approach resides in the mountain agriculture sustainability. The famine global crisis affects all the countries of the world, more or less and today or tomorrow. In this context, agribusiness management represent an imperative goal for humanity.

Methodology – The subject scope of the paper is to identify competitive agribusiness management prototypes and to propose it as solutions for all the farmers, especially for those in mountain area. The methods of the papers are qualitative – exploration of the agribusiness materials and quantitative – statistic parametric analysis and econometrics based on Excel and SPSS with ANOVA, respectively forecasting techniques.

Findings – The results of the research show that the European Union countries decrease considerably the activity of agribusiness by all legal forms of management. In the 2013-2016 period, the analyzed countries present a negative trend on agribusiness management. One of the major solutions for positive trend sustainability in agribusiness management, especially in the mountain areas, consists of organizing and investing in economic concentration legal forms, as agricultural cooperatives and clusters, and others.

Conclusions – The main results of the research reside in developing the competitiveness of the agribusiness management, especially in the European Union and in the mountain areas, through mixing different economic sectors in a rural area with agriculture and to create innovative industries as agro-tourism, agro-food economic concentrations, local chains with added values, and to sustain ecological production, specific mountain products.

Keywords: agribusiness management, agriculture sustainability, mountain entrepreneurship.

JEL Codes: N54, O13, Q13

PAZARLAMADA YENİ TREND FİJİTAL (PHYGITAL) PAZARLAMA

Ömer AYDIN ^a

Aziz ÖZTÜRK ^b

ÖZET

^a Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim Bilişim Sistemleri, Konya, Türkiye.

ORCID: 0000-0001-9787-8298

E-posta:

omr.aydin@hotmail.com

^b Doçent, Selçuk

Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Konya, Türkiye.

ORCID: 0000-0003-1355-6078

E-posta:

azizozturk@selcuk.edu.tr

Klasik pazarlama, tüketici davranışının evrimi nedeniyle dijital ortamda gelişmeye zorlanmışsa da müşteriler şimdilerde her iki ortamda da alışveriş yapmaktadır. Fiziksel mağazalar alışverişin ötesinde duyuşsal bir deneyim sağlarken dijital için durum farklıdır. Dijital ortamlar görmemizi, duymamızı sağlarken, tat, koku ve dokunma gibi duyulardan uzaktır. Çevrim içi kolaylık ve çevrim dışının somut yönü hakkında bütünleşik bir deneyim arayan tüketiciler, fiziksel ve dijitalin harmanlanmasıyla oluşan yeni bir deneyim olan fijişal (phygital) pazarlamayı tercih etmektedir. Bu çalışmada yeni bir pazarlama trendi olan fijişal pazarlama ve ilgili kavramların çerçevesi çizilmiş, fijişal, fiziksel ve dijital ortamların karşılaştırılmasının yanında fijişal bir ortamda ürün seçim süreci ele alınarak ilgi çekici olduğu düşünölen, dünyada farklı sektörlerden örneklere de çalışmada yer verilmiştir. Fijişal pazarlamayı ele almamızdaki amaç bu konuda Türk literatüründe çok az çalışma yapılması ve sıra dışı fijişal uygulamaları geliştirmeye rehber olması ile işletmelerin tanınırlığının artmasına, yeni müşteri kazanma ve satışların yükseltilmesine ciddi katkılar sağlayacağıının düşünölmesidir.

Anahtar Kelimeler: Fijişal, Fijişal Pazarlama, Dijital Pazarlama, Pazarlama.

JEL Kodları: M30, M31, M39.

THE NEW TREND IN MARKETING FIGITAL (PHYGITAL) MARKETING

ABSTRACT

While traditional marketing was forced to evolve in the digital environment due to the evolution of consumer behavior, customers now shop in both mediums. While physical stores provide a sensory experience beyond shopping, the situation is different for digital. While digital environments enable us to see and hear, they are far from senses such as taste, smell and touch. Consumers seeking an integrated experience of online convenience and the tangible aspect of offline prefer phygital marketing, a new experience that blends physical and digital. In this study, the framework of phygital marketing, which is a new marketing trend, and related concepts are drawn, besides the comparison of phygital, physical and digital environments, the product selection process in a phygital environment is discussed and examples from different sectors in the world, which are thought to be interesting, are included in the study. The purpose of our discussion of phygital marketing is to think that it will make serious contributions to increasing the recognition of businesses, gaining new customers and increasing sales by being a guide to the development of unusual phygital applications.

Keywords: Phygital, Phygital Marketing, Digital Marketing, Marketing.

JEL Codes: M30, M31, M39.

TÜKETİCİLERİN GÖSTERİŞÇİ TÜKETİME EĞİLİMLERİ/ SATIN ALMA DAVRANIŞINDA INSTAGRAM REKLAMLARININ ETKİSİ

Şahika APAYDIN^a

ÖZET

Yüksek Lisans Öğrencisi,
Kocaeli
Üniversitesi, İşletme
Bölümü, Kocaeli, Türkiye

ORCID: 0000-0003-0647-
3362

E-posta:
195217002@kocaeli.edu.tr
sahikapaydinn@gmail.com

Amaç – Bu makalenin yazılmasının amacı gösterişçi tüketimi açıklamak ve instagramın gösterişçi tüketimi ne kadar tetiklediğini ortaya koymaktır.

Yöntem - Bu makalenin yazılmasında kitap, makale ve internet dokümanları incelenerek kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır.

Bulgular – Yapılan çalışma ile tüketicilerin instagram reklamlarından oldukça etkilenecek gösterişçi tüketime eğilimli oldukları ortaya çıkmıştır.

Sonuç – Hızlı tüketim ve birbirine benzeme güdüsünün çoğalması, satın alma davranışına da yansımaktadır. Bu davranışı ise etkileyen bir sosyal medya platformu olan instagram çoğu tüketicinin hem karar verme tarzını yönetmekte hem de satın alma davranışını değiştirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Instagram, Gösterişçi Tüketim, Satın Alma

JEL Kodları: M1, M3

THE EFFECT OF INSTAGRAM ADVERTISEMENTS ON CONSUMERS VISIONARY CONSUMPTION TENDENCIES / PURCHASING BEHAVIOR

ABSTRACT

Purpose -The purpose of writing this article is to explain conspicuous consumption and to reveal how much Instagram triggers conspicuous consumption.

Methodology – In the writing of this article, a comprehensive literature review was conducted by examining books, articles and internet documents.

Findings – With the study, it has been revealed that consumers are highly influenced by Instagram advertisements and tend to conspicuous consumption.

Conclusions – The increase in fast consumption and similarity motives are also reflected in purchasing behavior. Instagram, a social media platform that affects this behavior, both manages the decision-making style of most consumers and changes their purchasing behavior.

Keywords: Instagram, Conspicuous Consumption, Purchasing

JEL Codes: M1, M3

PAZARLAMADA YENİ BİR YAKLAŞIM; POSTMODERN PAZARLAMA; POSTMODERN TÜKETİCİ PROFİLİ

Şahika APAYDIN^a

^a Yüksek Lisans Öğrencisi,
Kocaeli
Üniversitesi, İşletme
Bölümü, Kocaeli, Türkiye
ORCID: 0000-0003-0647-
3362

E-posta:
195217002@kocaeli.edu.tr

sahikapaydinn@gmail.com

ÖZET

Amaç - Bu makale, zamanla değişen

pazarlama dünyasını açıklamak, postmodern pazarlama anlayışındaki gelişmelerin günümüz tüketici toplumunu nasıl etkilediğini açıklamak, bu değişimin beraberinde getirdiği tüketim kalıplarını ve kavramlarını ortaya koymak için yazılmıştır.

Yöntem - Bu makalenin yazılmasında teorik bölümler kullanılmıştır. Literatür taraması yönteminin seçilmesinin temel sebebi postmodern pazarlama anlayışı ve bu anlayışın ışığında ortaya çıkan tüketim kalıplarının bir kavramsal çerçeveye bağlı olmasıdır.

Bulgular - Bu araştırmanın temel bulguları; postmodern pazarlama yaklaşımının toplumu hem sosyal hem ekonomik olarak etkilemesiyle tüketim kalıplarının geleneksel bir profilden çıkararak yeni kavramlar oluşturmasıdır.

Sonuç - Postmodernist anlayışla tüketicilerin satın alma davranışı, istek ve ihtiyaçları değişmiş ve geleneksel pazarlama anlayışından sıyrılarak tüketici, mal ve hizmetlerin üretim sürecine de dâhil olmaya başlamıştır. Bu çalışma ile postmodernizmin pazarlama literatürüne getirdiği yeni anlayışlarından, postmodern tüketici özelliklerinin satın alma davranışına etkisinden bahsedilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Postmodern, Tüketim, Pazarlama.

JEL Kodları: M1, M3

A NEW APPROACH IN MARKETING: POSTMODERN MARKETING, POSTMODERN CONSUMER PROFILE

ABSTRACT

Purpose - This article was written with the aim of explaining the changing world of consumption and marketing over time revealing how the developments in marketing understanding affect today's consumer society and explaining the consumption patterns that emerged as a result of this change.

Methodology - In the writing of this article, theoretical sections were used in general.

Findings - It is the creation of new concepts by leaving a traditional profile of consumption patterns, with the postmodern marketing approach affecting the society both socially and economically.

Conclusions - With the postmodernist understanding, the purchasing behavior, wishes and needs of the consumers have changed and the consumer has started to be included in the production process of goods and services by getting rid of the traditional marketing understanding.

Keywords: Postmodern, Consumer, Marketing

JEL Codes: M1, M3

NATURAL DISASTERS AND ECONOMIC GROWTH: A PANEL DATA APPROACH

Bengisu DURU^a

^a Master's Student, Dokuz Eylül University, Economics (English), İzmir, Turkey.

ORCID: 0000-0002-2748-6800

E-mail:
b.duru@ogr.deu.edu.tr

ÖZET

Purpose – The aim is to examine the impact of natural disasters on economic growth in 113 countries (35 developed and 78 developing countries) for the 1990-2019 period, using panel data analysis.

Methodology – The panel unit root test is used to analyze the relationship between natural disasters and economic growth. The cointegration between natural disasters and economic growth is also examined. Finally, the causal relationship between the variables is tested using the Granger causality test.

Findings – Disaster types (geophysical, meteorological, and hydrological disasters) are estimated as dummy variables. However, results show only unidirectional causality towards hydrological disasters to economic growth.

Conclusions – Natural disasters harm economic growth in 113 countries in the long run, according to the panel Johansen cointegration test. Although there is no Granger causality between natural disasters and economic growth, only hydrological disasters cause a reduction in economic growth.

Keywords: Economic growth, natural disasters, developing countries, panel data

JEL Codes: C33, O11, Q54

DOĞAL AFETLER VE EKONOMİK BÜYÜME: PANEL VERİ YAKLAŞIMI

ABSTRACT

Amaç – Bu çalışmada, doğal afetlerin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin 113 ülke (35 gelişmiş ve 78 gelişmekte) için panel veri analizine göre incelemeyi amaçlanmıştır.

Yöntem – Doğal afetler ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemek için, panel kök testi uygulanmıştır. Ayrıca, doğal afetler ve ekonomik büyüme arasındaki eş bütünleşme ilişkisi incelenmiştir. Son olarak, değişkenler arasındaki nedensellik, Granger nedenselliği kullanılarak test edilmiştir.

Bulgular – Afet türleri (jeofizik, meteorolojik ve hidrolojik afetler) kukla değişken olarak denklemde incelenmiştir. Sonuçlara göre sadece hidrolojik afetlerden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Sonuç – Panel Johansen eş bütünleşme testine göre, doğal afetlerin 113 ülkenin ekonomik büyümesine zarar verdiği bulunmuştur. Doğal afetler ve ekonomik büyüme arasında Granger nedenselliği bulunmamasına rağmen, sadece hidrolojik afetlerin ekonomik büyümede bir azalmaya sebep olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik büyüme, doğal afetler, gelişmekte olan ülkeler, panel veri

JEL Kodları: C33, O11, Q54

2016 YILI SONRASINDA TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI'NDA ALINAN PARA POLİTİKASI KARARLARININ METİN İÇERİK ANALİZİ

Savaş ERDOĞAN^a

Betül BAYRAM^b

^aDoç. Dr.,Selçuk Üniversitesi, İktisat, Konya, Türkiye.

ORCID: 0000-0003-3252-3095

E-posta:
serdogan@selcuk.edu.tr

^bYüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, İktisat, Konya, Türkiye.

ORCID: 0000-0002-3679-7432

E-posta:
betulbayram2311@gmail.com

ÖZET

Amaç- 2016'dan günümüze kadar gelen dönemde TCMB'de dört kez başkanlık değişimine gidilmiştir. Merkez Bankası başkanlığı görevini 04.2016- 07.2019 döneminde Murat Çetinkaya, 07.2019- 11.2020 döneminde Murat Uysal, 11.2020- 03.2021 döneminde Naci Ağbal yapmıştır ve 2021 yılının mart ayından itibaren de Şahap Kavcıoğlu yapmaktadır. Çalışmada temel amaç; 2016 yılından itibaren Merkez Bankası başkanlığı yapmış olan kişilerin başkanlık döneminde alınan para politikası kararlarının aylık olarak metin içerik analizi yapılacaktır.

Yöntem- Çalışmada her ay açıklanan Para Politikası Kurulu toplantı kararları ve özetlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca bu özetlerin "Voyant Tools" uygulamasıyla metin analizleri yapılmıştır.

Bulgular – "Voyant Tools" metin analizi uygulamasıyla Murat Çetinkaya'nın para politikası kararlarında en çok; enflasyon, para, politika, risk, maliye ve finansal kelimelerini; Murat Uysal'ın, küresel, enflasyon, kredi, finansal, para ve politika kelimelerini; Naci Ağbal'ın enflasyon, fiyat, para, kalıcı, politika ve istikrar kelimelerini ve Şahap Kavcıoğlu'nun enflasyon, para, politika, istikrar, talep ve fiyat kelimelerini kullandıkları saptanmıştır.

Sonuç – Çalışmada elde edilen sonuçlar; para politikası kararlarında en çok kullanılan kelimelerin birbirleriyle ilişkisinin boyutunu ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: Enflasyon, Para Politikası, Fiyat

JEL Kodları: E52.

TEXT ANALYSIS OF MONETARY POLICY DECISIONS MADE AT THE CENTRAL BANK OF THE REPUBLIC OF TURKEY AFTER 2016

ABSTRACT

Purpose - In the period from 2016 to the present, there have been four presidential changes in the TCMB. Murat Çetinkaya served as the Chairman of the Central Bank between 04.2016- 07.2019, Murat Uysal between 07.2019- 11.2020, Naci Ağbal between 11.2020- 03.2021 and Şahap Kavcıoğlu since March 2021. The main purpose of the study; A monthly text content analysis will be made of the monetary policy decisions taken during the presidency of the people who have served as the chairman of the Central Bank since 2016.

Methodology – In the study, the decisions and summaries of the Monetary Policy Committee meetings announced every month were used. In addition, text analyzes of these summaries were made with the "Voyant Tools" application.

Findings – With the "Voyant Tools" text analysis application, Murat Çetinkaya's monetary policy decisions mostly use the words inflation, money, policy, risk, finance and financial; Murat Uysal's words global, inflation, credit, financial, money and policy; Naci Ağbal It has been determined that 's words inflation, price, money, permanent, policy and stability, and Şahap Kavcıoğlu use the words inflation, money, policy, stability, demand and price.

Conclusions – The results obtained in the study; revealed the extent of the relationship between the words most used in monetary policy decisions.

Keywords: Inflation, Monetary Policy, Price

JEL Codes: E52.

KONUT FİNANSMANIN KAMU GELİRLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Cansu AKGÜN BAŞKAL^a

^a Kırıkkale Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi Maliye Ana Bilim
Dalı, KIRIKKALE-
TÜRKİYE,

ORCID: 0000-0002-5392-
2127,

akgun.cansu@icloud.com

ÖZET

Hızlı nüfus artışı ve bununla beraber paralellik gösteren kentleşme oranının artması, sosyo-ekonomik yapı, kişilerin zevk ve tercihlerinin değişmesi; özünde barınma ihtiyacı olarak karşımıza çıkan konut kavramının dönüşüm geçirmesine neden olmuştur. Temelde değişen konut finansman türleri baz alınırken, özellikle ipotekli konut finansman sistemi olarak adlandırılan “mortgage” piyasasının özellikleri incelenecektir. Tasarruf birikimine sahip olmayan kişilerin konut edinimine kolaylık sağlayan bir finansal sistem olarak ortaya çıkan mortgage sistemi, başta Amerika Birleşik Devlet’i olmak üzere Almanya, Fransa, İngiltere gibi Avrupa ülkelerinde uygulanırken ülkemizde de kendine uygulama alanı bulmuştur. Mortgage sistemi, kendi içerisinde birçok kolaylığı ve finansal açıdan toplumda gerçekleşen konut edinme ihtiyacına olumlu katkı da bulunurken aynı zamanda risk boyutunu da içinde taşımaktadır. Bu çalışmada her edinilen konut üzerinden devletin emlak vergisi yoluyla edinilen kamu geliri ile beraber OECD ülkelerinin 2000-2020 yılları arasında konut fiyat endeksi ve emlak vergisi arasında ki ilişki, panel veri analiziyle incelenmektedir. Çalışmanın sonucunda ilişkili olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Konut Finansmanı, Emlak Vergisi, Kamu Geliri

JEL Kodları: H0, H2

EFFECT OF HOUSING FINANCING ON PUBLIC INCOME

ABSTRACT

Rapid population growth, socio-economic structure, changes in people's tastes and preferences; In essence, it caused the concept of housing, which emerged as the need for shelter, to be transformed. Considering the changing types of housing finance, “mortgage” market, which is called the mortgage financing system, will be examined. The mortgage system, which emerged as a financial system that facilitates the acquisition of housing by people who do not have savings, has found its application in our country, especially in the United States of America as well as in European countries such as Germany, France and England.. In this study, the relationship between the housing price index and property tax of OECD countries between 2000 and 2020, together with the public income acquired through the state's property tax over each house acquired, based on the effect of housing finance types on people's housing acquisition, and is analyzed with panel data analysis.

Keywords: Housing Finance, Property Tax, Public Income

JEL CODES: H0, H2

KRİPTO PARALARDA SÜRÜ DAVRANIŞININ İNCELENMESİ

Hilal KARAHASANOĞLU^a

^a Öğr. Gör., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
hilalkarahasanoglu@ohu.edu.tr

ÖZET

Sürü davranışı, kişinin içerisinde bulunduğu grubun etkisi ile hareket etmesi ve grubun aldığı kararlara paralel kararlar alması olarak bilinmektedir. Finans piyasalarında yatırımcıların yaptıkları her davranış sürü davranışı olmayabilir. Bir davranışın sürü davranışı olduğuna karar verebilmemiz için öncelikli olarak yatırımcının bireysel olarak aldığı bir kararını, piyasada işlem yapan diğer yatırımcıların aldığı kararlardan etkilenerek değiştirmesi gerekir.

İlk defa 2009 yılının başlarında kullanılmaya başlanan ve blockchain adı verilen, paylaşılan ve şifrelenmiş bir veri tabanı teknolojisi üzerine inşa edilen Bitcoin, ilk ve yeni kripto para birimlerinin miladı sayılmaktadır.

Bu çalışma, hızla gelişen ve büyüyen kripto para piyasasında sürü davranışının var olup olmadığını incelemektedir. Bu amaç doğrultusunda Ocak 2020 – Aralık 2021 yılları arasında piyasada en büyük işlem hacmine sahip 10 kripto para birimlerinden elde edilen günlük verileri analiz ederek, kripto para piyasasındaki yatırımcıların mantıksız davrandıklarına ve piyasada başka yatırımcıların kararlarını ne ölçüde taklit ettikleri incelenmektedir. Sürü davranışını tespit etmek için çalışmada kullanılan metodoloji, kesitsel mutlak sapma (CSAD) ve kesitsel standart sapma (CSSD) testleridir. Uygulanan CSAD ve CSSD testleri sonuçlarına göre Ocak 2020 - Aralık 2021 döneminde kripto para piyasasındaki sürü davranışı istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu nedenle, sürü davranışının analiz edilen süre boyunca mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürü Davranışı, Kripto Paralar, Davranışsal Finans, Bitcoin.

Jel Kodları: G40, G41, G14, G10.

EXAMINATION OF HERDING BEHAVIOUR IN CRYPTO MONEY

ABSTRACT

Herd behavior is known as acting under the influence of the group that a person is in and making decisions parallel to the decisions made by the group. In financial markets, every behavior of investors may not be herd. In order to be able to decide that a behavior is a herd behavior, first of all, the investor must change an individual decision by being affected by the decisions made by other investors trading in the market.

Bitcoin, which was first used in early 2009 and built on a shared and encrypted database technology called blockchain, is considered the milestone of the first and new cryptocurrencies.

This study examines whether there is a herd behavior in the rapidly developing and growing cryptocurrency market. For this purpose, we analyze the daily data obtained from cryptocurrencies with the largest transaction volume in the market between January 2017 and March 2021, and we examine the unreasonable behavior of investors in the cryptocurrency market and to what extent other investors are imitating their decisions in the market. The methodology used to detect flock behavior are cross-sectional absolute deviation (CSAD) and cross-sectional standard deviation (CSSD) tests. Regression analysis was applied using the STATA program. Results are predicted to be present during the analyzed period of herd behavior.

Key Words: Herd behavior, Cryptocurrencies, Behavioral finance, Bitcoin

Jel Classification: G40, G41, G14, G10.

THE SOURCES OF ECONOMIC PROBLEMS IN JORDAN

Ürdün'deki ekonomik sorunların kaynakları

Abdalraheem ALKAED ^a

^a Economist & philanthropist,
AMMAN - JORDAN

E-posta:

ogaapaladwan2018@hotmail.com

ABSTRACT

Jordan's Hashmi economy is one of the smallest in the Middle East with limited recourses, there is a relationship with the country's economy and refugees, the country's economy and the country's politics is administrated by a government that organizes everything by ministries, Kingdom of Jordan is the only Arab country that give Palestinians citizenship randomly and collectively, and this led to an negative impact in several parallels over the past century, there's mistakes that have been made in the past that mistakes made up Jordan suffering in many political and economic issues the economist and political decisions should be thinking for the future years and generations by making new solutions to solve that problems that Jordan is suffering from, Also there is external pressure on Jordan before Exploiting the state of the Jordanian economy and the effects on the Jordanian economy in This situation, especially with regard to Recent pressures related to a deal century and trying to make Jordan an alternative homeland for the Palestinians , political events at present Century and previous years influence on The Jordanian economy and Jordan kingdom.

Key Words: Economy of Jordan, asylum, the Palestinian case in Jordan

AFGANİSTAN'IN BADAHŞAN İLİNİN BAHARAK İLÇESİNDE ARICILIK FAALİYETİNİN EKONOMİK ANALİZİ

ECONOMIC ANALYSIS OF BEE KEEPING ACTIVITY IN THE BAHARAK DISTRICT OF BADAHSHAN PROVINCE OF AFGHANISTAN

Mithat Direk^a

Hasiba YUSOFİ^b

^a Selçuk Üniversitesi Ziraat
Fakültesi Tarım Ekonomisi
Bölümü Konya-Türkiye

E-posta:
mithatdirek@gmail.com

^b Selçuk Üniversitesi Fen
Bilimleri Enstitüsü Tarım
Ekonomisi Anabilim Dalı,
Konya-Türkiye

e-posta:
hasibayusofi@gmail.com

Note: Bu çalışma
18/02/2021 tarihinde Selçuk
Üniversitesi Fen Bilimleri
Enstitüsü Tarım Ekonomisi
Anabilim Dalında Hasiba
YUSOFİ tarafından
hazırlanan yüksek lisans tez
çalışmasından üretilmiştir.

ÖZET

Bu araştırmada, Afganistan'ın Badahşan ilinde Baharak ilçesinde arıcılık faaliyetinin ekonomik analizinin yapılması hedeflenmiştir. Bu araştırmanın ana materyalini Baharak ilçesinde faaliyet gösteren arıcılardan anket yoluyla elde edilen birincil veriler oluşturmuştur. İlçede arıcılık yapan 79 arıcılık işletmesi olduğu belirlenmiştir. İlçede faaliyetlerini sürdüren tüm arıcı işletmelerden veri alınması hedeflenmiş ancak bazı istikrarsızlıklardan dolayı 36 arıcı ile yüz yüze anket yapılmıştır. Araştırmada değerlerin hesaplamasında Afganistan para birimi kullanılmıştır. Araştırmada işletmelerin toplam üretim masrafları ortalaması 4695267.9 AF, değişken masrafların ortalaması 932602.3 AF sabit üretim masrafları ortalaması 3762665.6 AF olduğu belirlenmiştir. İnceleme sonucunda işletme başına düşen kg bal maliyeti ortalaması 381.24 AF olduğu tespit edilmiştir. Mevcut çalışmada gayri safi üretim değeri ortalaması 6272000 AF, brüt kar ortalaması 5339397.7 AF, mutlak kar ortalaması 1576732.1 AF ve net kar ortalaması 1.33 AF olarak belirlenmiştir.

Anahtar sözcükler: Afganistan'da arıcılık, arıcılık, bal maliyeti, üretim masrafları

KONYA İLİ MERAM İLÇESİNDE HAVUÇ YETİŞTİRİCİLİĞİ YAPAN TARIM İŞLETMELERİNİN EKONOMİK ANALİZİ

ECONOMIC ANALYSIS OF BEE KEEPING ACTIVITY IN THE BAHARAK DISTRICT OF BADAQHSAN PROVINCE OF AFGHANISTAN

Mithat Direk^a

Türkan Berkay Doğanay^b

^a Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Konya-Türkiye

E-posta: mithatdirek@gmail.com

^b Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Konya-Türkiye

Note: Bu çalışma 22/01/2020 tarihinde Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında Türkan Berkay Doğanay tarafından hazırlanan yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

ÖZET

Bu çalışma Konya İli Meram ilçesi Kaşınhanı Mahallesiindeki havuç yetiştiriciliği yapan tarım işletmelerinin ekonomik durumlarını analiz etmek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada kullanılan birincil kaynaklı veriler tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen havuç üretimi yapan 34 tarım işletmesi ile görüşülerek yapılan anketlerden elde edilmiştir. Alınan bu veriler 2018 üretim dönemine ait güncel verilerdir. Bu verilerin yanısıra ikincil veriler, FAO gibi uluslararası kurumların yanında TÜİK gibi ulusal istatistik kaynaklardan alınmıştır. Havuç yetiştiriciliği yapan işletmeler bir bütün halinde değerlendirilmiş ve işletme büyüklükleri hesaplanmıştır. Çalışmada gayrisafi üretim değeri, gayrisafi hâsıla, saf hâsıla, brüt kar, rantabilite ve sermaye devir oranı gibi ekonomik analizler yapılmış ve değerlendirilmiştir. Havuç üretimi yapılan işletmelerde GSÜD 7.393,74 ₺, GSH ortalama 4.007.393,74 ₺, saf hâsıla 1.909.476,30 ₺, brüt kar ise negatif olarak bulunmuş, rantabilite %47,65, sermaye devir oranı ise %0,12 olarak hesaplanmıştır.

Anahtar sözcükler: Havuç, Kaşınhanı, Havuç Maliyet Analizi, Havuç Ekonomik Analiz

COVID -19 SALGINININ DÜNYA ÜZERİNDEKİ MAKROEKONOMİK ETKİLERİNİN SEKTÖREL ANALİZİ

Sectoral Analysis of the Macroeconomic Impacts of the COVID -19 Pandemic on the World

Gürkan ÇENESİZ^a

^a KTO KARATAY
ÜNİVERSİTESİ , İktisadi
ve İdari Bilimler Fakültesi ,
Uluslararası Ticaret ve
Lojistik Yönetimi , 4.Sınıf ,
Lisans
E-posta:
gurkancenesiz@gmail.com

ÖZET

2019 yılının aralık ayında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve yeni korona virüs (COVID-19) şeklinde adlandırılan virüs tüm dünyayı etkilemiştir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler ve dünya ekonomisi haliyle bu pandemiden olumsuz etkilenmiş ve etkilenmektedir. Dünya'da bulunan tüm ülkeler bu pandemiyle mücadele ederken diğer yandan ekonominin tüm sektörler üzerinde oluşmuş olan olumsuz etkilerini azaltmaya çalışmaktadırlar. Sosyal karantina uygulamaları, eğitimin online olarak devam etmesi, ülkelerde uygulanan sokağa çıkma yasağı, ülkeler arasındaki seyahatlerin kapatılması gibi alınan pek çok tedbir dünyanın hemen hemen her yerinde uygulanmaktadır. Ekonominin tüm sektörleri alınan bu tedbirlerden ciddi bir şekilde olumsuz olarak etkilenmektedir. İktisadi bakımdan gelişmiş ülkelerin çoğunun ekonomisi, COVID -19 hastalarının tedavisinin yanında, ekonomik anlamda zorluk çeken işletmelere verilen destekler için yapılan harcamalar sebebiyle enflasyonun artması ve konjonktürel işsizlik tehditleriyle birlikte karşı karşıya gelmektedir. Dünyada yaşanan bu salgın tarım, ticaret, sanayi gibi birbirine bağlı birden fazla sektörü negatif olarak etkileyen bir durgunluğa sebep olmaktadır. Bu çalışma, Covid-19 krizinin sektörler ve ülkeler üzerindeki ekonomik izlenimlerini araştırmaktadır. Krizin dünyanın tamamında meydana getirdiği ekonomik maliyetler araştırılmakta ve gerçekleştirilmesi gereken ekonomi politikalarıyla, tavsiyelere yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Koronavirüs, Makroekonomik Etkiler, Dünya

COVID-19 SALGIN SÜRECİNİN EKONOMİK VE SOSYAL ETKİLERİ

ECONOMIC AND SOCIAL EFFECTS OF THE COVID-19 EPIDEMIC PROCESS

Burulay GULAMİDİN KIZI^a

^a Kyrgyz-Turkish "Manas"
University, finance and
credit, Bishkek,

E-posta:
1802.05023@manas.edu.kg

ÖZET

2019'un sonlarında Çin'in Wuhan Kentinde başlayan ve tüm dünyaya yayılan Covid-19 salgını 2020'nin sonuna gelinmesine rağmen başta sağlık ve ekonomi olmak üzere gündelik yaşamın her alanını olumsuz etkilemeye devam etmektedir. 2020'nin Şubat ayında hızla tüm dünyaya yayılan virüse karşı alınan önleyici tedbirler neticesinde virüsün bulaş hızı yaz aylarında düşüşe geçmiştir ancak Ağustos ayından itibaren birçok ülkede vaka sayılarında ikinci bir dalganın meydana gelmesiyle virüsle mücadele kapsamında tekrardan kısıtlayıcı tedbirler alınmaya başlanmıştır. Covid-19, 21. yüzyılda gerçekleşen diğer salgınlardan iki açıdan farklılaşmaktadır. Bunlardan ilki salgının çok daha geniş bir coğrafi alana yayılmasıdır. Salgın çok kısa sürede tüm dünyada etkisini göstermeye başlamış ve bu nedenle gündelik yaşam ciddi bir düzeyde kısıtlanmıştır. İkincisi ise ekonominin küreselleşmesinden ve tedarik zincirleriyle ülkelerin birbiriyle bağımlı ticari ilişkiler içinde olmasından kaynaklı salgının ekonomik etkisinin de küresel düzeyde olmasıdır. Ülkelerde peşi sıra gözlemlenen olumsuz tablolar ekonomilerin böylesi bir sürece ne denli hazırlıksız olduğunu göstermektedir. Çalışmanın amacı Covid-19'un diğer pandemilerden farkının ortaya konularak ekonomik etkilerinin ve pandemiyle mücadele kapsamında alınan mali tedbirlerin değerlendirilmesidir. Çalışmada benimsenen yöntem ilgili literatürden, yayımlanmış raporlardan ve istatistiki verilerden hareketle mevcut durumun değerlendirilmesidir. Bu kapsamda pandemi sürecinde dünya ve Türkiye ekonomisinde meydana gelen değişimler ve salgınla mücadele kapsamında Amerika, İtalya, Almanya, Fransa, İspanya, Çin ve Türkiye gibi ülkelerde alınan mali tedbirler ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, salgın, ekonomik ve sosyal etkiler

GELİŞMİŞ ÜLKELERDE DEMOKRASİ VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

Atiye Nur GÜLER

Menekşe ÇİCEK

^a Selçuk Üniversitesi İİBF
İktisat Bölümü,
atiyenur.guler@selcuk.edu.tr

^b Selçuk Üniversitesi İİBF
İktisat Bölümü Yüksek
Lisans öğrencisi,

ÖZET

Son yıllarda meydana gelen ekonomik olaylar ve çalışmalar ekonomik büyümenin kökenlerinin sadece ekonomik faktörler ile sınırlı kalmadığını göstermiştir. Çünkü ülkelerin ekonomik gücünü iktisadi faktörlerinin yanı sıra iktisadi olmayan faktörler de etkilemektedir. İktisadi büyüme ve politika ilişkisi ise son zamanlarda çok çalışılan konularından biri olarak literatürde yerini almaktadır. Bu çalışmada öncelikle demokrasinin iktisadi büyüme için bir ön koşul olup olmadığı literatür çerçevesinde teorik olarak incelenmiş ve demokrasinin insanın kendisine katkısını artırarak ve gelir dağılımında adalet sağlayarak büyüme hızının artmasına yol açacağı hipotezi ile ekonomik büyüme ile demokrasi arasındaki ilişki seçilmiş gelişmiş ülke ekonomileri için ilgili argümanlar çerçevesinde test edilmiştir. Çalışmada demokratik rejimlerde yer alan eşitlik, özgürlük ve adalet gibi kavramların ekonomik kalkınmanın da ön koşulu olduğuna dikkat çekilmiş ve demokrasi ile büyüme arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Demokrasi, ekonomik büyüme, gelişmiş ülkeler

THE RELATIONSHIP BETWEEN DEMOCRACY AND ECONOMIC GROWTH IN DEVELOPED COUNTRIES

ABSTRACT

Economic events and studies in recent years have shown that the origins of economic growth are not limited to economic factors alone. Because the economic power of countries is affected by economic factors as well as non-economic factors. The relationship between economic growth and policy has taken its place in the literature as one of the most studied topics recently. In this study, firstly, whether democracy is a prerequisite for economic growth is examined theoretically within the framework of the literature, and the hypothesis that democracy will lead to an increase in growth rate by increasing the contribution of people to themselves and providing justice in income distribution, and the relationship between economic growth and democracy has been tested within the framework of relevant arguments for selected developed countries' economies. has been done. In the study, it was pointed out that concepts such as equality, freedom and justice in democratic regimes are also a prerequisite for economic development, and it was concluded that there is a significant relationship between democracy and growth.

Keywords: Democracy, economic growth, developed countries

SOSYOEKONOMİK SEVİYESİ YÜKSEK BİREYLERİN İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNE DAİR FARKINDALIĞI, VAATLERİ VE BEKLENTİLERİ: ANKARA ÇANKAYA İLÇESİ

Elifhan TAN^a

^a Ankara

elifhantan@gmail.com

ÖZET

İklim değişikliği özünde bir çevre sorunu olup; günümüz ekonomik sisteminin üretim ve tüketim anlayışı ve süreçlerine istinaden hem ekolojik hem de ekonomik bir kriz halini almıştır. Sosyal refahı arttırmak amacıyla ortaya çıkan sosyal politika çalışmalarının kapsamına giren iklim değişikliğinin muhtemel sonuçlarına ilişkin 'farkındalık' ve 'hazırlılık' seviyesinin yükseltilmesi toplumsal refah için büyük önem arz etmektedir. Bu tez, toplumsal refahın inşası ve gelişmesinde her bireyin iklim değişikliğinin ekolojik ve ekonomik etkileri üzerinde sorumluluk taşıdığı hakikat ve bilinciyle, bireysel düzeyde neler yapılabileceğinin araştırılması gereğinin bir düşüncesi ve ürünüdür. Ekonomik sistemlere yön veren kesimin daha ziyade sosyoekonomik seviyesi yüksek bireyler olduğu varsayıldığında; bu kesimin beklenti, davranış ve taahhütlerini göz önünde bulundurmak eko-sosyal politikaları oluştururken zaman, emek ve sermaye tasarrufu açısından mühim ve kıymetlidir. Bu bağlamda tez, iklim değişikliğinin kaynaklarını, faillerini ve mağdurlarını ele alıp, yaşanan iklim değişikliği karşısında geliştirilebilecek sosyal politikalara odaklanmaktadır. Mevzubahis odak grubu ve amaç doğrultusunda, tez çalışmasında Avrupa Yatırım Bankası'nın 2019 yılında Avrupa Birliği, ABD ve Çin'de yapmış olduğu geniş ölçekli iklim değişikliği anketi Ankara/Çankaya Bölgesinde 645 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Bireylerin iklim değişikliği ile mücadele farkındalığı, beklentileri ve vaatleri detaylı bir şekilde ölçülmüştür. Türkiye'nin kısa, orta ve uzun vadeli çevresel risk ve tehditlerle mücadele edebilmek için ekonomik, sosyal ve çevresel dinamik ve faktörlerin birbirine eklemlendiği, interdisipliner ve multidisipliner bir yaklaşıma dayanan 'yeni refah' tanımı ve bu tanıma uygun eko-sosyal politikalar geliştirmesi gerektiği ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: İklim Değişikliği, Sosyal Politika, Refah, Sosyoekonomik Statüler, Eko-Sosyal Politikalar

AWARENESS, PROMISES AND EXPECTATIONS OF INDIVIDUALS WITH HIGH SOCIOECONOMIC LEVEL ON CLIMATE CHANGE: ANKARA ÇANKAYA DISTRICT

ABSTRACT

Climate change is essentially an environmental problem; It has become both an ecological and an economic crisis based on the production and consumption understanding and processes of today's economic system. Increasing the level of 'awareness' and 'preparedness' regarding the possible consequences of climate change, which is within the scope of social policy studies to increase social welfare, is of great importance for social welfare. This thesis is a thought and product of the necessity of investigating what can be done at the individual level, with the truth and awareness that each individual bears responsibility for the ecological and economic effects of climate change in the construction and development of social welfare. Assuming that the segment that directs the economic systems is rather individuals with high socioeconomic level; Considering the expectations, behaviors and commitments of this segment is important and valuable in terms of saving time, labor and capital while creating eco-social policies. In this context, the thesis focuses on the sources, perpetrators and victims of climate change and focuses on social policies that can be developed in the face of climate change. In line with the aforementioned focus group and purpose, the same large-scale climate change survey conducted by the European Investment Bank in 2019 in the European Union, USA and China was used in this thesis study in Ankara/Çankaya Region and it was conducted with 645 participants. The awareness, expectations and promises of individuals to combat climate change were measured in detail. It reveals that in order to combat short, medium and long-term environmental risks and threats, Turkey needs to develop a 'new welfare' definition based on an interdisciplinary and multidisciplinary approach, in which economic, social and environmental dynamics and factors are articulated, and develop eco-social policies in line with this definition. .

Keywords: Climate Change, Social Policy, Welfare, Socioeconomic Status, Eco-Social Policies

MALİ'DE MİLLİ GELİR BİLEŞENLERİNİN BÜYÜME KATKILARI

Lassine DOUMBIA ^a

ÖZET

^aDoktora Öğrencisi, Selçuk
Üniversite, İktisat, Konya,
Türkiye.

ORCID:0000-0001-9588-
9882

E-posta:
lassinedoumbia2012@yahoo.fr

Milli gelir ekonomik aktiviteyi ölçmek için şüphesiz önemli bir göstergedir. Bu çalışmada, 2005-2019 döneminde Mali'nin ekonomik büyümesine her bileşenin katkısını hesaplamak için GSYİH hesaplamasında harcama yaklaşımını kullandık. Bu çalışmadan, ele alınan dönem boyunca ekonomik büyümenin ortalama %4,29'unun hane halkı tüketiminden kaynaklandığı, bunu yatırımlar (%1,1) ve kamu harcamalarının (%0,65) takip ettiği ortaya çıkmaktadır. Aynı dönemde net ihracat, ortalama %-3,92 katkı ile büyümeyi olumsuz etkilemiştir. 2012 darbesi, kamu harcamalarında, yatırımlarda ve net ihracatta ciddi bir düşüşe yol açtı. Bu durum negatif bir büyüme oranına neden olmuştur. Mali ekonomisi %-0,7 düşüş kaydetti. Böylece yatırımların büyümeye katkısı negatif oldu (-%6,31). Kamu harcamaları %-2,31 olarak gerçekleşti. Bu dönemde, katkısı zayıf olmasına rağmen, pozitif katkı sağlayan tek bileşen tüketim olmuştur (%0,89). 2009, 2011, 2017 ve 2018 yılları dışında, özel tüketim büyümeye en büyük katkıyı yapan unsur olmuştur. 2009 yılındaki büyüme oranının %6,8'lik kısmı net ihracat, %4,09'lük özel tüketim, %0,4'lük kısmını ise kamu harcamasının katkısından oluşmaktadır. Bu yılda yatırım harcamaları ise negatif olarak görülmektedir. 2005-2019 yıllar arasında meydana gelen en yüksek büyüme oranı 2014 yılında olmuştur. 2014 yılında ekonomi %6,77 büyümüştür. Bu büyüme oranının %6,96'lık kısmı tüketim, %1,7'lik kısmını ise yatırım harcamalarının katkısından oluşmaktadır. Aynı yılda net ihracat negatif olarak büyümeyi etkilemiştir. Bu çalışmadan, Mali ekonomisinin esas olarak tüketim ve özel yatırım tarafından yönlendirildiği ortaya çıkıyor.

Anahtar Kelimeler: Milli gelir, ekonomik büyüme, mali, GSYİH

NİJER'DE ETNİK GRUPLAR VE BİRLİKTE YAŞAMA PERSPEKTİFİ

Ibrahim OUSSEİNİ ISSA^a

ÖZET

^a Arş.Gör.Dr. Université de Tahoua (Nijer), Eğitim Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Anabilim Dalı, Tél: (00227) 90109192;

E-Posta: ibrahimo50@yahoo.fr

Toplumların, farklılıklar ve değişik kültürlerine rağmen iyi bir şekilde nasıl birlikte yaşayabildikleri ile ilgili olan çokkültürlülüğün, çağdaş toplumun içinde bulunduğu çok önemli sorunlardan biri olduğu görülmektedir. Bu konu büyük bir sorun olmasına rağmen birçok ülke buna yönelik belli bir politika izlememekte ya da güçlü kurumlar kuramamaktadır. Aynı zamanda toplumun çok kültürlülüğü barındıran bir ülkede, yaşamın önemi ve kültürler arasında üstünlük ya da aşağılık olmadığı gösterilmektedir. Bu çerçevede, devlet tarafından var olan etnik, ırksal ya da dinsel herhangi bir ayrımcılık politikasının önlenmesi (veya ortadan kaldırılması) gerekmektedir. Ne yazık ki ayrımcılık girişimleri, toplumun içinde varlığını hissettirmektedir. Öyle ki çokkültürlülüğün kötü bir şekilde yönetilmesi de birlikte yaşamaya engel teşkil etmektedir. Yıllardır Nijer'de, İslam dini gerçeği ve "etnik kuzenler arasında şaka geleneği" faktörü farklı etnik-dilsel gruplar arasındaki istikrar ve sosyal uyumun sürdürülmesini sağlayan bir unsurdur. Dikkat edilmesi gerekir ki, bazı politikacılar tarafından yapılan etnik ve bölücü davranışlarından dolayı geçmişte sağlanan sosyal düzen, artık sorgulanmaya başlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Nijer, çokkültürlülük, etnik ve dilsel gruplar

Ethnolinguistic Group in Niger in a Perspective of Living Together

ABSTRACT

Multiculturalism, which is about how societies can live together in a good way despite differences and different cultures, seems to be one of the most important problems in contemporary society. Although multiculturalism is a serious problem, many countries do not follow a specific policy or cannot establish strong institutions related to it. Moreover, it is shown that in a country where the society is multicultural, there is no importance of life and no superiority or inferiority between cultures. In this framework, any policy of ethnic, racial or religious discrimination by the state should be prevented (or eliminated). Unfortunately, discrimination attempts are making their presence felt in the society. Thus, the mismanagement of multiculturalism also hinders living together. For many years in Niger, the fact of the Islamic religion and the "tradition of jokes among ethnic cousins" factor is the element that maintains stability and social cohesion between different ethnolinguistic groups. It should be noted that due to the ethnic and divisive behavior of some politicians, the social order established in the past has now begun to be questioned.

Keywords: Niger, multiculturalism, ethnic and linguistic groups