



KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
KASTAMONU UNIVERSITY

CİLT: 23 SAYI: 1

2021



İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
JOURNAL OF FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES



Cilt: 23-Sayı: 1, Haziran 2021/Volume 23-Issue 1, June 2021

E-ISSN: 2147-6012

Sahibi/Owner

Prof. Dr. Ahmet Hamdi TOPAL
Rektör/*Rector*

Editör/Editor

Şükran SİRKINTIOĞLU YILDIRIM

Yardımcı Editör/ Co-Editor

Enes Uğur TOHUM

Dil Editörü/Language Editor

Osman KARACAN

Sekreteryas/Secretariat

Abdurrahman KAYA
Zühal Nihan ÇETİN

Kapak Tasarım/Cover Design

Köksal BİLİRDÖNMEZ

Bilim ve Danışma Kurulu

Andrey V. KOROTAYEV-National Research University-Rusya Federasyonu-akorotayev@gmail.com

Glenn MUSCHERT-Miami University-ABD-mushegw@MiamiOH.edu

Ahmed QADRI-University of Karachi-Pakistan-prof.qadri@gmail.com

Kuziev Islom NEMATOVICH-Tashkent Financial Institute-Özbekistan-puib@tfi.uz

Venera ISTAYEVA-University of IR-Kazakistan-iztaeva.venera@mail.ru

Maciej MILCZANOWSKI-University of Information Technology and Management-Polonya-milczanowski@wsiz.rzeszow.pl

Jose Ramos Pires MANSO-Universidade De Beira-Portekiz-pmanso@ubi.pt

Georgi MARINOV- University of Economics Varna-Bulgaristan-georgi.marinov@gmail.com

Najat Sayem KHALIL-San'a University-Yemen-najatsayem@gmail.com

Olena BORDILOVSKA-University of Taras Shevchenko-Ukrayna-olbord@ukr.net

Bülent GÜLOĞLU-İstanbul Teknik Üniversitesi-Türkiye-guloglub@itu.edu.tr

Muhsin HALİS-Kocaeli Üniversitesi-Türkiye-muhsin.halis@kocaeli.edu.tr

Bayram Zafer ERDOĞAN-Anadolu Üniversitesi-Türkiye-bzerdogan@anadolu.edu.tr

Kerem KARABULUT-Atatürk Üniversitesi-Türkiye-kerem@atauni.edu.tr

Mustafa SEVÜKTEKİN-Uludağ Üniversitesi-Türkiye-sevuktekin@uludag.edu.tr

Fırat YALDIZ-Kastamonu Üniversitesi-Türkiye-fyaldiz@kastamonu.edu.tr

Tolga ULUSOY-Kastamonu Üniversitesi-Türkiye-tulusoy@kastamonu.edu.tr

Erol TURAN-Kastamonu Üniversitesi-Türkiye-eturan@kastamonu.edu.tr

Yavuz DEMİREL-Kastamonu Üniversitesi-Türkiye-ydemirel@kastamonu.edu.tr

Sefa ÇETİN-Kastamonu Üniversitesi-Türkiye-sefacetin@kastamonu.edu.tr

İletişim /Contact

Kastamonu Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı
37100 Kastamonu/ Türkiye

Tel: +90 366 280 21 02

Faks: +90 366 280 21 99

iibfdergi@kastamonu.edu.tr

Kastamonu University
Dean's Office of Faculty of Economics and Administrative
Sciences

37100 Kastamonu/ Turkey

Phone: +90 366 280 21 02

Fax: +90 366 280 21 99

iibfdergi@kastamonu.edu.tr

Bu dergi yılda iki defa yayınlanır

This journal is published two times in a year.

Cilt 23 – Sayı 1 Hakemleri	
Prof. Dr. MEHMET AKİF ARVAS	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Prof. Dr. Erol TURAN	Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Ergin UZGÖREN	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Zafer AYKANAT	Ardahan Üniversitesi
Doç. Dr. ERHAN ÖRSELLİ	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Rabia EFEOĞLU	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk ÖZGÜR	Düzce Üniversitesi
Dr. Memduh Alper DEMİR	Kastamonu Üniversitesi

Referees of Volume 23 - Issue 1	
Prof. Dr. MEHMET AKİF ARVAS	Van Yüzüncü Yıl University
Prof. Dr. Erol TURAN	Kastamonu University
Prof. Dr. Ergin UZGÖREN	Kütahya Dumlupınar University
Assoc. Prof. Dr. Zafer AYKANAT	Ardahan University
Assoc. Prof. Dr. ERHAN ÖRSELLİ	Necmettin Erbakan University
Assist. Prof. Dr. Rabia EFEOĞLU	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. Ömer Faruk ÖZGÜR	Düzce University
PhD. Memduh Alper DEMİR	Kastamonu University

İçindekiler/Contents

Araştırma Makaleleri/Research Articles	Sayfa/Page
Recep Tayyip Erdoğan'ın Sahip Olduğu Liderlik Tarzı Balkon Konuşmalarının İçerik ve Söylem Analizi ile Değerlendirilmesi Leadership Style of Recep Tayyip Erdoğan: Evaluation of Balcony Speeches with Content and Discourse Analysis Müzeyyen Bilge ÇIRAGÖZ, Osman Kürşat ACAR	6-29
Ulaştırma Altyapı Yatırım Harcamalarının Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerindeki Etkisi: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Çalışma The Effect of Transportation Infrastructure Investment Expenditures on Foreign Direct Investments: A Study on OECD Countries Mustafa Batuhan TUFANER, Bayram ŞİRİN	30-44
Tam Rekabetçi Piyasa Deneyimleri Üzerine Bir Bakış A Review on Perfectly Competitive Markets Experiences Mustafa AKAL, Mehmet Fırat OLGUN	45- 61



Recep Tayyip Erdoğan'ın Sahip Olduğu Liderlik Tarzı: Balkon Konuşmalarının İçerik ve Söylem Analizi ile Değerlendirilmesi

Müzeyyen Bilge ÇIRAGÖZ¹, Osman Kürşat ACAR²

Öz

Balkon konuşmaları, dünyanın bütün ülkelerinde ulusa veya diğer uluslara seslenmek için etkili bir yöntem olmuştur. Anadolu'da ilk izleri Osmanlı Devleti'nde görülse de, Amerika'da daha eski tarihlerde de balkon konuşması yapıldığı bilinmektedir. Türkiye'de ise balkon konuşmaları, Recep Tayyip Erdoğan tarafından 2007 genel seçimleri sonrasında yapılan ve seçimler sonuçlanınca siyaseten beklenen ve takip edilen bir uygulama olmuştur. 2007 yılından sonra geleneksel hale gelen balkon konuşmaları, halka ve ulusa, uluslararası kamuoyuna mesaj vermek için önemli bir argüman haline gelmiştir. Çalışmada "Recep Tayyip Erdoğan'ın yaptığı balkon konuşmalarında kullandığı söylemlerden yola çıkarak sahip olduğu liderlik tarzı nedir?" sorusuna cevap aranmıştır. Bu kapsamda Recep Tayyip Erdoğan'ın 2007, 2010, 2011, 2014 (iki adet), 2018 ve 2019 yıllarında yapmış olduğu yedi adet balkon konuşmasının içerik ve söylem analizi yapılmıştır. Analiz yapılırken nitel araştırma tekniği kullanılmış ve bu analiz için NVivo programından yararlanılmıştır. Daha sonra analiz sonucunda çıkan kelimelerin hangi amaçla söylendiği irdelenmiş ve bu kelimelerin kullanım yeri, söyleniş amacı hakkında çıkarımlarda bulunulmuştur. Kelimeler metin içindeki ağırlıklarına göre sıralanmış ve konuşmanın %5'lik dilimi göz önüne alınmıştır. Böylece Recep Tayyip Erdoğan'ın balkon konuşmalarında kullandığı söylemler ve üzerinde durduğu konulara göre babacan ve hizmetkâr liderlik özelliklerini taşıdığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Balkon Konuşmaları, Liderlik, Nitel Analiz, Recep Tayyip Erdoğan, Söylem Analizi

Jel Kodu: M50, M54

Leadership Style of Recep Tayyip Erdoğan: Evaluation of Balcony Speeches with Content and Discourse Analysis

Abstract

Balcony speeches have been an effective way to address the nation or other nations in all countries of the world. Although the first traces in Anatolia were seen in the Ottoman Empire, it is known that there was a balcony speech in America on earlier dates. The balcony speech in Turkey, Recep Tayyip Erdogan held after the general elections in 2007 by the conclusion of elections and politics that has been expected and followed an application. Balcony speeches, which have been traditional after 2007, have become an important argument for giving messages to the public and the nation, to the international public. This study seeks answers to the question of "What might be the leadership style of Recep Tayyip Erdogan if we analyze it based on his balcony speeches?". In this context, content and discourse analysis of the seven balcony speeches made by Recep Tayyip Erdoğan in 2007, 2010, 2011, 2014 (two), 2018 and 2019 were made. A qualitative research technique was used in the analysis, and the NVivo program was used for this technique. Then, the purpose of spelling of the words as a result of the analysis was examined and inferences were made about the place of use and purpose of these words. The words were listed according to their weight in the text and 5% of the speech was taken into consideration. Thus, it was determined that Recep Tayyip Erdogan has paternalistic and servant leadership characteristics according to the discourses used in his balcony speeches and the subjects he emphasized.

Keywords: Balcony Speeches, Discourse Analysis, Leadership, Recep Tayyip Erdogan, Qualitative Analysis

Jel Codes: M50, M54

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi ve Liderlik Bölümü, Isparta, Türkiye. E-posta: mzyncrg@hotmail.com **Orcid id:** 0000-0003-4629-0456

² Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi ve Liderlik Bölümü, Isparta, Türkiye. E-posta: osmanacar@sdu.edu.tr **Orcid id:** 0000-0002-1961-645X

Atf/Citation: Çiragöz, M.B., Acar, O.K. (2021), Recep Tayyip Erdoğan'ın Sahip Olduğu Liderlik Tarzı: Balkon Konuşmalarının İçerik ve Söylem Analizi ile Değerlendirilmesi, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23/1, s. 6-29

Extented Absract

Introduction

The leader is the person who has the ability to trail people in the most general sense. Leadership has always been an area in need for both society and states throughout human history. However, there is no consensus on the features required by leadership. The most basic characteristics of leadership are foresight, courage, vision, knowledge (Yıldız, 2016: 27-28). With the developing world, the concept of leadership has also changed and is divided into types. There are three leadership approaches in the traditional sense. These are the trait approach, the behavioral approach and the contingency approach. Over time, these species have been observed to be inadequate and modern approaches have emerged. According to the research conducted by Özkan (2016), there are a total of 53 modern leadership approaches. Interactive leadership, transformational leadership, paternalistic leadership, servant leadership, charismatic leadership, strategic leadership, visionary leadership and ethical leadership are the most common ones in the literature.

Method

The study aimed to find the leadership style of Recep Tayyip Erdoğan by considering the traditional and modern types of leadership. While determining the leadership style, seven balcony speeches made by Erdoğan were taken as reference. Balcony speeches have been an important tool used by leaders to address various audiences since the past. The first examples were seen in the USA and started in Turkey in the 1980s (Koker and Kejanlioğlu, 2004: 46). However, although examples of balcony speech were seen in the Ottoman State, it became traditional with the speech made by Recep Tayyip Erdoğan after the 2007 elections.

Balcony speeches were analyzed with the NVivo program used for qualitative research. The analysis is limited to the ten most used words. At the same time, the most mentioned topics in the speeches are also graphed. Voting rates were added to the study so that the data can be interpreted more soundly. Accordingly, the Justice and Development Party's highest vote was in the 2011 elections, with 49.83%. The election with the least votes was the 2018 elections, with 42.56%. Findings are interpreted with the help of these data.

Result and Discussion

In his first three balcony speeches, Erdogan used the word "we" the most. The word "we" is used for the formation of the AKP. At the same time, in the first two balcony speeches, he talked about the actions he will perform in the future. The most commonly used word in the fourth balcony speech was "Turkey". Therefore the party got ahead of the nation. The fifth balcony speech was made after the presidential election that changed Turkey's political regime. The most commonly used word was "today". Erdogan considered today as a milestone. At the same time, the topic that took the most part in the speech was "thanks". The most used word in the last two balcony speeches was again "nation". Alliances made in the last election have found their place in the speech. Considering the differences between the first speech and the last speech, the first thing that stands out is the "party" priority and the concept of "nation" is brought to the fore. Another difference is that the use of "my brothers", which became the signature of Erdoğan in his speeches, did not occur in the first speech.

As a result of the analyzes and data obtained, the sections that show leadership in Recep Tayyip Erdogan's balcony speeches are as follows:

- He stated that regardless of language, religion and race, he cares about everyone's will. He stated that he would be happy only as long as his nation was happy and said that real sovereignty belongs to the nation. He added that he planned everyone's peace from 7 to 70 (September 12, 2010).
- He has sent greetings to foreign people in Turkey, Muslims all over the world, and the Turks. He stated that he was with all the victims and was trying to end his troubles. He did not forget the martyrs and their families, and stated that they shared their pain (June 12, 2011).
- He said that he is a servant for the nation, not a master and that he will use his power only to serve the nation. He stated that power is temporary and service is permanent. He also sent greetings to Palestine, Syria, and Egypt and stated that he was with them on these difficult days (March 30, 2014).
- During the election speech in Ramadan, he did not forget the fasted employees and thanked them. He also wished mercy to an artist who had recently died and asked for prayers. He said that citizens injured in Palestine were brought to Turkey and started to treat (August 10, 2014).
- Balcony speech is delayed. He apologized for arriving late, saying that a child had had an accident and was waiting at the child's head until he underwent surgery (June 24, 2018).
- He talked about the Syrian issue on the agenda and said that he will do everything for the security of Syrian refugees and work to reach their homes safely (March 31, 2019).

As a result of these sections, it was determined that Recep Tayyip Erdoğan has a servant and paternalistic leadership qualities.

GİRİŞ

Çalışmanın araştırma konusu olan liderlik, insanoğlunun kadim tarihi ile birlikte var olan ve örgütler, devletler için her zaman ihtiyaç duyulan bir alan olmuştur. Günümüzde olduğu gibi tarihte de liderlik konusunda tartışmalar hep olagelmıştır. Örneğin liderliğin doğuştan mı geldiği veya sonradan mı kazanıldığı konusunda hâlâ fikir birliğine varılamamıştır. Aynı zamanda liderliğin gerektirdiği kişilik özellikleri ve yetkinlikler ile ilgili de kesin bir fikir birliği bulunmamaktadır. Gelişen dünya ile birlikte liderlik kavramı da değişime uğramıştır. Davranışsal yaklaşım, özellikler yaklaşımı, durumsal yaklaşım gibi klasik liderlik kuramlarının yanında küreselleşen dünyamız liderliğe modern yaklaşımlar geliştirmeyi zorunlu kılmıştır.

Üzerinde çok konuşulan ama tanımlaması ve anlaşılması en zor olgulardan olan liderlik konusu tarih, sosyoloji, psikoloji, kamu yönetimi, işletme, yönetim ve organizasyon, eğitim bilimleri gibi pek çok bilim alanının üzerine çalışma yaptığı interdisipliner olarak ele alınıp incelenmesi gereken bir alandır. Lider, içinde bulunduğu örgütte, grupta veya toplumda, diğer bireyleri etkileyebilen, sorumluluk ve risk alan, başarı ile özdeşleşen, diğer kişilerden özellikleri ve yetenekleri ile farklılaşan en önemlisi diğer kişiler tarafından lider olarak kabul edilen ve önder olan kişidir (Özmen, 2009: 1). Samuel Johnson 1755 yılında İngilizce sözlükte “kaptan, önden giden kimse” olarak lideri ilk kez tanımladığından beri liderlik ile ilgili birçok çalışma, tanımlama yapılmıştır. Bu alanda en çok kimin lider olacağı, liderlik özelliğinin doğuştan mı yoksa sonradan mı kazanıldığı, liderin özellikleri, liderin davranışları, içinde bulunduğu durum şeklinde birçok konuda araştırma yapılmıştır. Özellikle 21.yy ile birlikte ortaya çıkan yeni liderlik yaklaşımları ve liderliğe ilişkin araştırmalar ciddi anlamda artmıştır. Özkan’ın (2016) liderlik üzerine yaptığı incelemede ele aldığı 117 çalışmada, 53 farklı liderlik türünden bahsedilmektedir.

Devlet, şirket, kar amacı gütmeyen bir vakıf veya bir futbol kulübünde özellikle içinde bulunduğumuz toplumsal anlayışta başarı veya başarısızlık doğrudan lider ve onun icraatı, tutum ve davranışları ile ilişkilendirilmektedir. Lideri ve davranışlarını salt özellikler değil, içinde bulunduğu toplumun ekonomik, sosyal, kültürel şartları gibi birçok şeyi belirleyecektir. Bir kişinin liderlik vasıfları her yönü ile çeşitli şekillerde değerlendirilebilir. Bu değerlendirme anlarından birisi de kazanç ve zafer anındaki tavır ve söylemleri ile kaybettiği anlardaki tavır ve söylemleridir. Bu anlamda Recep Tayyip Erdoğan’ın liderliği ile ilgili birçok değerlendirme yapılmıştır. Arklan (2009: 63-64) yaptığı bir çalışmada, halkın, Recep Tayyip Erdoğan’ın çeşitli özelliklerine göre karizmatik, demokratik ve otoriter bir lider olduğunu düşündüklerini ortaya koymuştur. Bir diğer çalışmada ise Recep Tayyip Erdoğan’ın karizmatik liderlik özelliği taşıdığı belirtilmiştir (Kızıltoprak, 2018: 625). Çalışmalarda Recep Tayyip Erdoğan’ın balkon ve miting konuşmaları, yapmış olduğu uygulamalar, aldığı siyasi kararlar gibi unsurlar dikkate alınmıştır.

Balkon konuşmaları, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın kullandığı kelimeler, balkona kimlerle çıktığı, kimlere teşekkür ettiği, kardeş ülkelere ve Osmanlı Coğrafyasındaki bazı ülkelere atıfta bulunması, seçmenlerine ve muhaliflere verdiği mesajlar ile Türk siyasi hayatında önemli yer tutan bir uygulama olmuştur.

Çalışmada konuşmalar içerik ve frekans analizi ile incelenmiştir. Analizler, nitel analiz için kullanılan Nvivo programı ile yapılmıştır. Konuşmalarda ağırlıklı olarak kullanılan kelimeler belirlenmiş ve her bir konuşmanın %5’inde geçen kelimeler dikkate alınmıştır. Analizin doğru yapılabilmesi için kelimeler yalın halleriyle kullanılmış, birlikte anlam ifade

eden kelime grupları bir araya getirilmiş ve tablolastırılmıştır. Konuşmalar ilk balkon konuşmasının yapıldığı 22 Temmuz 2007 genel seçimlerinden başlayarak 12 Eylül 2010 anayasa referandumu, 12 Haziran 2011 genel seçimleri, 30 Mart 2014 yerel seçimleri, 10 Ağustos 2014 cumhurbaşkanlığı seçimi, 24 Haziran 2018 genel seçimi ve son olarak 31 Mart 2019 yerel seçimlerinden oluşmaktadır. Balkon konuşması yapılmayan seçimler analize dahil edilmemiştir.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın ilk olarak 2007 seçimlerinde gerçekleştirerek sonrasında da geleneksel hale getirdiği balkon konuşmaları incelendiğinde liderlik yaklaşımlarından babacan ve hizmetkâr liderlik özelliklerine sahip olduğu sonuca ulaşılmıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Lider ve Liderlik Kavramları

Liderlik, geçmişte olduğu gibi günümüzde de önemini koruyan hatta arttıran bir olgudur. Hızla küreselleşen dünyada liderliğe ve lider kişilere her zamankinden daha çok ihtiyaç vardır. Lider karar verme gücünü elinde bulunduran ve bu gücüyle kişileri peşinden sürüklemeye yeteneği olan kişidir. Diğer bir deyişle, liderlik etkileşimde bulunduğu kişilerin düşünce ve davranışlarını etkileyebilme kabiliyetidir. Liderlik yaşamın her anında karşımıza çıkabilmektedir. Okul hayatında, iş hayatında, sosyal yaşantıda, kamu sektörü ve özel sektörde belli gruplar üzerinde etki bırakan kişiler lider olarak karşımıza çıkmaktadır.

Liderlik sadece günümüzde değil, geçmişte de önem arz etmiştir. Toplumlar çatışma ortamından kurtulmak ve düzen içerisinde yaşamak, diğer toplumlarla sağlıklı iletişim kurabilmek için çeşitli beceri ve bilgilere sahip üstün bir güce ihtiyaç duymaktadır (Biber ve Turancı, 2014: 29-32). Bu güç de ancak liderlik özelliklerine sahip bir kişide bulunmaktadır. Liderliğin gerektirdiği kişisel özellikler, yetkinlikler konusunda kesin bir yargıya varılamamış olmasına rağmen liderlik konusunda yapılan çalışmalar liderlerin yetkinlikleri konusunda bazı fikir birliklerine varmışlardır. Bunlar bir liderin öngörülü olması, cesur ve korkusuz olması, sabırlı olup hedeflerinden vazgeçmemesi, inisiyatif kullanması, vizyon sahibi olması, bilgili olması, iletişiminin kuvvetli olması gibi özelliklerdir (Yıldız, 2016: 27-28).

Üzerinde bir fikir birliğine varılamasa da araştırmacılar liderlik kavramının çeşitli tanımını yapmışlardır. Liderlik Bass'a (1960) göre bir insan topluluğunu belirli bir amaç için toplayabilme yeteneğidir. Koontz ve diğerlerine (1986) göre liderlik örgüt çalışmalarının başarılı bir şekilde yapılabilmesi için bireyleri etkileyebilme kabiliyetidir. Yukl'a (1986) göre liderlik bir kişinin söyledikleri ile başkalarını ikna etmesidir. Liderliğe farklı bir bakış açısı da şudur; liderlik bir örgüt veya gruptaki kişilerin örgütsel amaçlar için bir araya getirilmesi ve bireylerle kaynakların etkileşim içine girmesi sürecidir. (Northouse, 1997; Blake ve McCause, 1991; Burns, 1978). Bennis'e (1986) göre liderlik küreselleşen dünyada örgütlerin değişime uyum sağlayabilmesi için birtakım işlerin yapılmasını sağlayan itici güçtür.

Liderlik konusunda modern anlamda ilk çalışmalardan birini yapan Max Weber liderliği otorite ile ilişkilendirmiştir. Ona göre üç tip otorite bulunmaktadır. Bu noktada, güç ve otorite arasındaki ilişkiyi bilmek gerekir. Güç, en geniş anlamda kişinin başkalarına istediğini yaptırabilme yeteneği olarak düşünülebilir. Otorite ise bu gücün nasıl kullanıldığı ile ilgilidir (Alkan ve Erdem, 2019: 409). Liderlik de aynı şekilde mevcut gücü kullanma şeklidir, fakat liderlik için meşruiyet gerekmez. Yani lider kişinin liderlik vasfını yerine getirmesi için herhangi bir izne veya elde edilmiş bir yetkiye ihtiyacı yoktur. Öte yandan otorite yetkilendirmeye gerçekleşir. Max Weber'in bahsettiği üç tip otorite ise geleneksel otorite,

yasal otorite ve karizmatik otoritedir (Weber, 1947). Max Weber en etkili otoritenin karizmatik otorite olduğunu öne sürmüştür. Karizma, olağanüstü birtakım olaylar sonucunda yasal otoritenin kaybedildiği durumlarda ve ciddi kriz durumlarında ortaya çıkar (Demircioğlu, 2015: 53). Kişinin sahip olduğu karizmanın liderlik yeteneğine etkisi olduğu söylenebilir. Yine çok eski bir çalışma olan İbn Haldun'un Mukaddime adlı eserinde liderin öncelikle asabiyyete, daha sonra ise adalete sahip olması gerektiği belirtilir. Asabiyye, dayanışma anlamına gelmektedir ve toplumların bir düzen içinde yaşayabilmesi ve kendi ayakları üzerinde durabilmesi için gerekli bir unsurdur (Yaşar, 2016: 515-516).

Liderlik çok eski zamanlardan beri kullanılan ve hakkında çokça araştırma yapılan kavramlardan biridir. İnsanların liderliğe bakış açıları farklı yaklaşımlar geliştirilmesine neden olmuştur. Genel itibariyle çoğu yaklaşım kendinden önceki yaklaşıma eleştiri olarak ortaya atılmıştır. Bunlardan özellikler yaklaşımı, davranışsal yaklaşım, durum yaklaşımları klasik olarak nitelendirilmiş ve geniş kapsamlı olmadıkları gerekçesiyle eleştirilmiştir (Kırca, 2015: 13; Kökçikaran, 2016: 8). Bunun üzerine modern yaklaşımlar ortaya çıkmıştır.

Klasik (geleneksel) liderlik kuramları şunlardır:

- **Özellikler yaklaşımı:** Bu yaklaşıma göre liderlik doğuştan gelen özelliklere bağlıdır. Bir kişinin lider sayılabilmesi için doğuştan liderlik özelliklerine sahip olmak gerekmektedir, kişi bunlara sonradan sahip olamaz (Özgül, 2015: 77). Bu özellikler ırk, yaş, cinsiyet, boy, bilgi, sezgi gibi kişisel ve fiziki özelliklerdir. Bu yaklaşıma göre lider bu özellikleriyle kendisini izleyenlerden ayrılmalıdır. Bu yaklaşımın başarısız olmasının nedeni liderliği tek bir yönüyle ele alması ve ölçülebilirliğinin zor olmasıdır (Yıldız, 2016: 31).

- **Davranışsal yaklaşım:** Bu yaklaşım Özellikler Yaklaşımı'nın aksine liderliğin kişilik özellikleriyle değil, davranışları ve kendisini izleyenlerle arasındaki ilişkinin belirlediğini savunmaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalardan en çok bilinenleri Michigan Üniversitesi çalışmaları, Ohio Üniversitesi çalışmaları, Likert'in Sistem Dört Modeli (Likert, 1932), McGregor'un X ve Y Yaklaşımıdır (McGregor, 1960) (Özgül, 2015: 80-94).

- **Durumsallık yaklaşımı:** Bu yaklaşıma göre bir kişinin lider olarak tanımlanabilmesi için kişilik özelliklerine ya da davranışlarına bakmaktan ziyade o kişinin çeşitli olaylar karşısındaki tutumlarına bakmak gerekmektedir (Yıldız, 2016: 37). Kişinin liderlik tanımı karşılaşılan olayların özel şartları doğrultusunda değişebilir. Yani evrensel olarak kabul görmüş bir liderlik tarzı mümkün değildir. Bu yaklaşımla ilgili olarak Fiedler, Reddin, Hersey ve Blanchard, Amaç-Yol Teorisi, Etkin Liderlik, Üç Boyutlu Önderlik Modeli çalışmaları vardır (Özgül, 2015: 98-105).

Modern liderlik kuramları ise şu şekildedir:

- **Etkileşimci liderlik:** Etkileşimci lider kendisini izleyenlerle sürekli etkileşim içerisinde olan liderdir. Dönüşümcü lider gibi örgütte sürekli bir değişim ve dönüşümü hedeflememekte veya karizmatik lider gibi kriz anlarında aldığı kritik kararlar önem arz etmemektedir. Etkileşimci liderin hedefi izleyicileri ile arasında olan iletişimdir. Burns (1978) ve Bass'ın (1985) etkileşimci ve dönüşümcü liderlik tipleri çalışmalarında göze çarpan bir durum, etkileşimci liderin izleyicilerini performans ödüllendirme ile motive etmesidir (Şentürk ve diğerleri, 2016: 176). Lider hedeflerinin de ötesine geçmek yerine hedefe ulaşmayı amaçlamaktadır. İzleyenler de bu doğrultuda motive edilmekte ve sınırları zorlamak değil kendilerine verilen sorumlulukları yapmak konusunda istek duymaktadırlar (Northouse, 2014).

• **Dönüşümcü liderlik:** Dönüşümcü liderin düşünce merkezinde yenilik ve gelişim bulunmaktadır. Dönüşümcü lider her zaman değişime odaklanmıştır. Dönüşümcü lider için başarı örgütün sürekli bir biçimde gelişimi ve performansının duraksız bir şekilde iyileşmesidir. Aynı zamanda dönüşümcü liderler izleyicilerini de bu yönde motive ederler. İlk defa James Downton'ın "Rebel Leadership" (1973) isimli çalışmasında bahsedilmiş (Arslan, 2009: 129), daha sonra Burns tarafından sistematikleştirilmiştir. Dönüşümcü liderler izleyicileriyle tek yönlü ilişki kurmamakta, etkileşim ve iletişime de önem vermektedir. Dönüşümcü bir liderin izleyicileri liderlerine saygı ve hayranlık duymakta, onun gibi olmak istemektedirler. Dönüşümcü lider yalnızca başarılı olduğu için değil, aynı zamanda yüksek ahlaki değerlere, ileri görüşlülüğe, yüksek iletişim becerilerine de sahip olduğu için izleyicileri ile aralarında yoğun duygusal bir bağlılık söz konusudur (Serinkan ve Erdi, 2014: 10).

• **Paternalist liderlik:** Paternalizm kelime anlamı olarak "babacılık" demektir. Çeşitli kültürlerdeki ataerkillik ile özdeşleştirilebilir (Köksal, 2011: 103). Bu yönüyle kültürel bir özellik olan paternalizm gelişmiş batı toplumlarında olumsuz bir anlama sahiptir (Aycan, 2001: 5-6). Paternalist liderlikte lider ile izleyenleri arasında adeta bir baba-çocuk ilişkisi hâkimdir. Bir baba nasıl çocuğunun yaşantısının her alanıyla ilgili ise paternalist lider de izleyenlerinin yaşantılarının her alanıyla yakından ilgilenir. Bu ilgiye izleyenlerin özel hayatı, aile yaşantısı da dâhildir (Aycan, 2001: 1). Bunun karşılığında da baba gibi tavır alan lider takipçilerinden kendine sadık olmalarını beklemektedir. Babacan liderliğin ilk çalışmalarını Silin (1976) gerçekleştirmiştir (Gerçek, 2018: 102).

• **Hizmetkâr liderlik:** "Hizmetkâr" kelimesi, toplumda ayrıma maruz kalan insanların yaşadığı baskılar nedeniyle olumsuz çağrışım yapabilmektedir. Kadınların, çocukların, siyahi insanların geçmişte yaşadığı olumsuz durumlar hizmetkârlığın kötü anlamının yıkılmasını zorlaştırmıştır (Blanchard, 2002: 13). Hizmetkâr liderlik Greenleaf (1970) tarafından tanımlanmıştır (Spears, 2010: 26). Ona göre hizmetkâr lider otoritesini iyilik ve erdem için kullanır, bu otoritenin kalıcı olmayacağını bilmesine rağmen her zaman ortak bir iyi için çalışmaktadır. Hizmetkâr bir liderde bulunan fedakârlık, iyilikseverlik, maneviyatın yüksek olması gibi özellikler bu liderlik türünün teolojik kapsamının bulunmasından kaynaklanmaktadır. Hizmetkâr liderlerin inanç yönünden kuvvetli oldukları, hatta yurtdışında papaların hizmetkâr lider kabul edilebileceği düşünülmektedir (Nullens, 2019). Hizmetkar liderin duygusal özelliklerinin gelişmiş, empati yeteneğinin üst düzeyde olması beklenmektedir. Aynı zamanda izleyicilerini de bu yolda telkin ederek, izleyicilerini de bu iyilik anlayışına davet etmektedir. Genel kanı takipçilerin lidere belirli amaçlara ulaşmak için hizmet etmesidir. Buna karşın hizmetkâr lider ve takipçileri arasında tersi bir durum söz konusudur. Frick (2004)'e göre (Aktaran Küçük ve Yavuz, 2018), Hizmetkâr lider liderlik gücünü izleyenlerine hizmet etmek için yalnızca bir araç olarak kullanmaktadır. Hizmetkâr liderlik, yüksek güven kültürüne sahip toplumlarda daha sık görülmekle birlikte, halkın koruma mekanizmasını daha az kullanmasını ve daha az stres duymasını sağlamaktadır (Nullens, 2019: 13).

• **Karizmatik liderlik:** Karizmatik liderlik kavramı ilk olarak Max Weber'in otorite tiplerini tanımlamasıyla ortaya çıkmıştır. Max Weber'e göre (1947) bulunan üç otorite tipinden biri de karizmatik otoritedir. Karizma, izleyenlerine oranla üstün davranışlarda bulunabilme yeteneği olan insanlarda mevcuttur. Karizmatik lider en çok kaos veya kriz ortamlarında ihtiyaç duyulan kişidir (Demircioğlu, 2015: 53). Her liderin üstesinden gelemeyeceği çatışma ortamında karizmatik lider doğru karar alma yeteneği, soğukkanlılığı, özgüveni ile diğer liderlerden ayrılmaktadır (Özgül, 2015:

109). Shamir, Arthur ve House (1994), yaptıkları bir çalışmada karizmatik liderin özelliğini Jesse Jackson'ın 1988'de yaptığı ünlü bir konuşmadan hareketle ortaya koymuştur. Buna göre karizmatik bir lider, konuşmalarında kolektif geçmişe ve kimliğe atıfta bulunarak kişileri etkilemektedir. Metaforları çok fazla kullanarak ve takipçilerine sürekli umut vererek takipçilerin ilgisini canlı tutmaktadır.

• **Stratejik liderlik:** Stratejik liderlikte liderin en ayırt edici özelliği stratejik bir vizyona sahip olmasıdır (Kumkale ve Çetin, 2016). Lider örgütü ve örgüt çalışanlarını bu vizyon için bir unsur olarak görmekte ve kendini izleyenlerden ziyade vizyon odaklı çalışmaktadır. Liderlik kavramının 1980'li yıllarda başkalaşması ve geliştirilmesi ihtiyacı sonucu stratejik liderlik ilk başlarda CEO denilen yöneticilerle özdeşleştirilmiştir. Bunun nedeni CEO'ların şirketlerdeki amacının vizyon belirleme ve bu doğrultuda stratejiler geliştirmek olmasıdır (Uğurluoğlu ve Çelik, 2009: 125).

• **Vizyoner liderlik:** Vizyoner lider, geleceğe çok farklı bir bakış açısı getirebilen ve bu bakış açısının olumlu olumsuz yanlarını ileri görüşlü yapısı ile ortaya koyabilen kişidir (Çelik, 1997: 465). Vizyon sahibi bir insanın lider olarak tanımlanabilmesi için ise bu bakış açısını izleyenlere de aktarabilmesi ve onları da bu konuda motive edebilmesi gerekmektedir. Temelde stratejik liderlikle benzer yanları bulunsun da vizyoner lideri stratejik liderden ayıran en önemli özellik vizyoner liderin izleyenleriyle arasındaki ilişkidir. Stratejik liderin yalnızca vizyona odaklanıp örgütü ve diğer unsurları bu vizyona giden yolda bir araç olarak görmesinin yanında, vizyoner lider edindiği bu vizyonu izleyicilerinin de benimsemesini sağlayarak sürece dâhil etmektedir (Özbozkurt, 2019: 1049).

• **Etik liderlik:** Etik lider gücünü ahlaki ve etik değerlerden almaktadır. Bu bağlamda etik olarak tanımlanan bir liderin güç kaynakları adalet, saygı, hoşgörü, erdem, eşitlik olabilmektedir. Lider, davranışlarında etiğe uygun olarak hareket etmesinin yanında izleyenlerinin de etiğe uygun hareket etmesi için çabalamaktadır. Etik lider sadece izleyenlerinin yanında değil, hayatının her alanında etiğe uygun hareket etmeli, diğerlerine bu yönüyle örnek olmalıdır (Çelik ve diğerleri, 2014: 58). Takipçilerinin lidere duyduğu bağlılık, liderin gayri ahlaki veya etik dışı hareket etmeyeceğine olan inançlarından kaynaklanmaktadır.

Yukarıda sayılan liderlik türleri dışında otokratik lider, tam serbesti tanıyan (laissez-faire) lider, katılımcı veya demokratik lider, ruhani liderlik, kuantum liderlik, sürdürülebilir liderlik, 360 derece polis liderlik, ahlaki liderlik, bilgi liderliği, birleşik liderlik, çok faktörlü liderlik, dağıtımcı liderlik, destekleyici ve geliştirici liderlik, dönüştürücü liderlik, durumsal liderlik, e-liderlik, etkili etkin liderlik, hizmet yönelimli liderlik, ilişki ve görev yönelimli liderlik, kalite liderliği, kendi kendine liderlik, kolaylaştırıcı liderlik, kültürel liderlik, otantik liderlik, öğrenen liderlik, öğretim liderliği, öğretimsel liderlik, öğretmen liderliği, örgütsel liderlik, örtük liderlik, örtülü liderlik, öz liderlik, proaktif liderlik, ruhsal liderlik, simbiyotik liderlik, siyasal liderlik, siyasi lider, sosyal sermaye liderliği, takım liderliği, toplam kalite liderliği, yıkıcı liderlik, pozitif liderlik gibi literatürde (117 çalışmada) liderlik kavramının aldığı sıfatlara (53 Tür) göre kavramlaştırmalar yapılabilmektedir (Özkan, 2016: 626).

1.2. Balkon Konuşmaları

Balkon konuşmaları, liderlerin seçim yarışında veya sonrasında kullandığı ve son zamanlarda teknolojinin gelişmesiyle daha da önem kazanan, seçmenle bağlantı kurmayı kolaylaştıran bir iletişim yoludur. Medyanın göz ardı edilemeyen etkisi yıllar içinde katlanarak arttıkça balkon konuşmalarının etkisi de aynı oranda büyümeye başlamıştır. Balkon

konusmaları sadece belirli seçmene değil, ülkedeki her vatandaşa hitap etme açısından önemlidir. Ayrıca balkon konuşmalarının bir güç gösterme şekli olduğu, rakiplere verilen bir zafer mesajı olduğu da yadsınamaz bir gerçektir. Bu bağlamda Roosevelt, Mussolini, Lenin gibi birçok önemli siyasi figürün balkon konuşması yaptığı bilinmektedir (Göksu ve Aslan, 2015: 64). Recep Tayyip Erdoğan ilk balkon konuşmasını 2002'de partisini kurarken yapmıştır, fakat “balkon konuşması geleneği” siyasi literatüre 2007'deki konuşması ile dâhil olmuştur (Göksu, 2019: 1289). Balkon konuşmaları ülkemize her ne kadar ilk olarak Recep Tayyip Erdoğan'ın 22 Temmuz 2007 yerel seçiminde parti genel merkezinin balkonundan konuşmasıyla girse de, dünyadaki ilk örnekleri daha eskilere dayanmaktadır.

Öncelikle ABD'de başlayan seçim propagandalarındaki değişimler, 1960'ların ikinci yarısından itibaren Batı Avrupa'da ve 1980'lerin ortalarından sonra Türkiye'de de ABD'dekine benzer biçimde görülmeye başlamıştır (Köker ve Kejanlıoğlu 2004: 46). Amerika'da yapılan balkon konuşmaları Türkiye'de görülmekte olan balkon konuşmalarından bazı yönlerde ayrılmaktadır. Amerika'da balkon konuşmaları zafer ve mağlubiyet konuşmaları olarak ayrılmaktadır. Ayrıca seçimden önce de balkon konuşması yapılması mümkündür. Seçimden sonra seçimi kazanan tarafın konuşmasının yanı sıra kaybeden taraf da konuşma yapar, gelecekle ilgili iyi temennilerde bulunur ve galip olan tarafı tebrik eder (Ünlü, 2015: 73). Amerika'da yapılan balkon konuşmalarında göze çarpan bir özellik, seçim sonrası konuşmalarda da kazanan ve muhalif tarafların propagandaya devam etmesidir. Bu önemli fark ülkemizde yapılan balkon konuşmalarında görülmemektedir. Ayrıca Türkiye'deki balkon konuşmalarına bakıldığında sadece seçimi kazanan tarafın seçimden sonra balkon konuşması yaptığı görülmektedir.

Ülkemizdeki balkon konuşmalarının geçmişi hakkında Ahmet Akgül (2018) şöyle yazmıştır:

“Sultan II. Abdülhamid dönemi Şeyhülislamlarından Cemalettin Efendi'nin hatıratında anlattığına göre, tebaa, asker yahut partililer bir takım meselelerden rahatsız olduklarında hep sarayın önünde gelir ve Sultanın balkondan bir konuşma ile kendilerini sakinleştirmesini beklerlerdi.”

Osmanlı Devleti'nden beri çeşitli amaçlarla yapılan, ulusa sesleniş olarak görülen balkon konuşmaları Türkiye'de Recep Tayyip Erdoğan'ın 2007 yılında yaptığı konuşma ile geleneksel hale gelmiştir. Erdoğan'ın şimdiye kadar yaptığı balkon konuşmaları şu şekilde sıralanabilir:

- 22 Temmuz 2007 Genel Seçim
- 12 Eylül 2010 Anayasa Referandumu
- 12 Haziran 2011 Genel Seçim
- 30 Mart 2014 Yerel Seçim
- 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi
- 24 Haziran 2018 Genel Seçim
- 31 Mart 2019 Yerel Seçim

2. YÖNTEM

Bu çalışmada Türkiye Cumhuriyeti'nin 12. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın ilkin 22 Temmuz 2007 genel seçimlerinde yaptığı ve artık geleneksel hale gelen yedi adet balkon konuşması içerik analizinin bir çeşidi olan sıklık analizi ve söylem analizi ile incelenmiştir.

Uygulama, Recep Tayyip Erdoğan'ın yapmış olduğu yedi adet balkon konuşmasından oluşmaktadır. Bu konuşmalar Erdoğan'ın halka seslendiği 22 Temmuz 2007 genel seçimleri, 12 Eylül 2010 Anayasa Referandumu, 12 Haziran 2011 Genel Seçim, 30 Mart 2014 Yerel Seçim, 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi, 24 Haziran 2018 Genel Seçim ve son olarak 31 Mart 2019 Yerel Seçimlerini kapsamaktadır. Belirtilen tarihler içerisinde yapılmış fakat balkon konuşması içermeyen seçimler uygulamaya dâhil edilmemiştir. Buna göre 21 Ekim 2007 tarihinde anayasa referandumu gerçekleştirilmiş, aynı günün akşamında Dağlica 'da meydana gelen terör saldırısı nedeniyle balkon konuşması yapılmamıştır. Aynı şekilde 29 Mart 2009 yerel seçimlerinde basın toplantısı düzenlenmiş, balkon konuşması yapılmamıştır. Bu nedenle iki seçim çalışmanın dışında bırakılmıştır.

Konuşmaların kelime sayıları birbirinden farklı olmakla birlikte, yedi konuşma ortalama olarak 1.586 kelimeden oluşmaktadır. Buna göre analizde konuşma metinlerinde en sık tekrar edilen kelimelerin yaklaşık %5'lik dilimi seçilmiştir. Son sırada bulunan kelimeyle aynı oranda bulunan kelimeler de analize dâhil edilmiştir. Bununla birlikte ek almış fakat aynı anlamı ifade eden kelimeler doğru hesaplama için bir araya getirilmiştir (millet, milleti, milletim vb.). Balkon konuşmalarında Ak Parti ve parti mensuplarını tanımlamak için kullanılan “biz” ifadesi “Ak Parti” söylemiyle birleştirilmiştir. Aynı zamanda ifade etmek, teşekkür etmek gibi ifadeler birlikte anlam kazandığı için uygulamada birlikte analiz edilmiştir.

Balkon konuşmalarında geçen söylemlerin analizini yapabilmek için seçim döneminin politik, ekonomik, toplumsal olaylarını göz önünde bulundurmak yerinde olacaktır. Bu nedenle ele alınan dönemin öncelikli olarak genel durumu ortaya konulacak, sonrasında analiz sonuçları değerlendirilecektir.

2.1. Bulgular

2.1.1. 22 Temmuz 2007 Genel Seçimler

22 Temmuz genel seçimlerinden önce 27 Nisan 2007'de cumhurbaşkanlığı seçimleri gerçekleştirilmiş, Abdullah Gül 357 oyla cumhurbaşkanı seçilmiştir. Bunun üzerine CHP yeterli çoğunluk oluşmadığı gerekçesiyle durumu Anayasa Mahkemesi'ne taşımış, aynı günün gecesi Türk Silahlı Kuvvetleri e-muhtıra yayınlamıştır. Anayasa Mahkemesi başvuruyu kabul ederek seçimi iptal etmiştir (Balcı ve Bal, 2008: 12). 4 Mayıs 2007'de Ak Parti'nin erken seçim önerisi mecliste kabul edilmiş ve 22 Temmuz 2007'ye erken seçim kararı alınmıştır. 22 Temmuz'da yapılan seçimlerde AKP %46,58, CHP %20,88 ve MHP %14,27 oy almıştır.

Tablo1: 22 Temmuz 2007'de Yapılan Balkon Konuşmasında Ağırlıklı Olarak Kullanılan Kelimeler

KELİME	METİNDEKİ AĞIRLIĞI	FREKANS
Ak Parti/Biz	%2,52	18
Millet/Milletim	%2,24	16
Devam	%1,12	8
Hedef	%1,12	8
Türkiye/Türkiye'nin	%1,12	8

22 Temmuz 2007 seçimlerinden sonra yapılan balkon konuşması, yapılan en kısa balkon konuşmasıdır ve 774 kelimedenden oluşmaktadır. Tablo1'e göre konuşmada çok kullanılan ifadenin "Ak Parti" ve Ak Parti'yi ifade etme amaçlı kullanılan "biz" kelimesi olduğu görülmüştür. Devamında en sık kullanılan ikinci ifade "millet" ve "milletim" olmuştur. İki ifadenin metindeki ağırlıklarının yaklaşık olmasının nedeni, çoğunluklu olarak milletin Ak Parti'ye olan destek ve güveninden bahsedilmiş olmasıdır. Konuşma metninde bulunan söylemlerden bazıları şu şekildedir:

"Milletimiz önemli bir çoğunluğuyla Ak Parti'yi toplumsal merkezin adresi olarak tescil etmiştir.(...)Milletimiz güven ve istikrar içinde "Ak Parti ile durmak yok, yola devam." kararı vermiştir.(...) Aziz milletimize Ak Parti'ye gösterdiği büyük teveccüh ve destekten dolayı şahsım, merkez karar ve yönetim kurulumuz adına en kalbi duygularla şükranlarımı arz ediyorum."

En sık kullanılan üçüncü kelime "devam"dır. Çok partili hayata geçildikten sonra 2007 seçimlerinde ilk kez bir iktidar partisi ikinci kez seçilmiş ve iktidarına devam etme hakkını kazanmıştır. Konuşma metninde bu durum şu şekilde ifade edilmiştir:

"Çok partili siyasi hayatımızda özellikle rahmetli Menderes'ten sonra, 1954 iktidarından sonra ilk defa milletimiz iktidarına devam kararını vermiştir. 52 yıllık süreç içerisinde hiçbir iktidar iktidardayken ikinci defa oylarını artırarak iktidarda kalamamıştır.(...) Bugün sandıkta tecelli eden millet iradesi de bize 'değişim' ve 'gelişmeye devam' demiştir."

"Devam" ifadesi ile aynı ağırlıkta kullanılan iki kelime ise "hedef" ve "Türkiye"dir. Erdoğan geçmiş dönemde yaptıkları uygulamalardan ve yeni dönemdeki hedeflerinden bahsetmiştir. Bu konudaki söylemlerden bazıları şu şekildedir:

"Bu dönemde kişi başına milli gelir 10 bin dolar olacaktır. Bu Türkiye'ye büyük bir sıçrama yaşatacaktır. 4.5 yılda ulaştığımız hedefler, yeni hedefleri yakalama konusunda bize güç verecektir.(...) Milletimizin seçimlerde ortaya koyduğu güçlü onay ile cumhuriyetin kuruluş ideali olan AB hedefini gerçekleştirmek için kararlılık ile çalışmaya devam edeceğiz.(...) Ortak hedefimiz güçlü ve müreffeh bir Türkiye'dir. Bu hedefe birlik ve bütünlüğü her şeyin üzerinde tutarak varılabilir."

Bunlar dışında seçim döneminin siyasi ortamında gerçekleşmiş olan e-muhtıra, 367 krizi gibi olayların etkileri konuşmada görülmüş, bütünleştirici bir dil kullanmaya özen gösterilmiştir. Ak Parti'ye oy verenlere teşekkür edildiği gibi vermeyenlere de teşekkür edilmiş, kazananın Ak Parti değil tüm ülke olduğu, hedefin 2023 olduğu dile getirilmiştir.

2.1.2. 12 Eylül 2010 Anayasa Referandumu

Referandum süreci siyasi düzlemde tartışmalara neden olmuştur. Muhalefetin yürüttüğü "hayır" kampanyası, iktidarın "evet" kampanyasıyla karşı karşıya gelmiş, referandumun muhalefet tarafından demokratik endişelere neden olduğu dile getirilmiştir (Bozatay, 2011: 125). Referandum sonucunda %57,88 evet ve %42,12 hayır oyu çıkmıştır. Anayasada 27 maddelik değişikliği öngören teklif, konuşmada Recep Tayyip Erdoğan tarafından ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

Tablo 2: 12 Eylül 2010'da Yapılan Balkon Konuşmasında Ağırlıklı Olarak Kullanılan Kelimeler

KELİME	METİNDEKİ AĞIRLIĞI	FREKANS
Ak Parti/Biz	%1,24	27
Demokrasi	%1,10	24
Kutluyorum	%0,96	21
Millet/Milletim	%0,92	20
Artık	%0,83	18
Kardeşlerim	%0,83	18

12 Eylül 2010 referandum sonrası yapılan balkon konuşması şimdiye kadar yapılmış olan konuşmalar arasında en uzun süren konuşmadır ve 2337 kelimedenden oluşmaktadır. 22 Temmuz 2007'de olduğu gibi 12 Eylül 2010'da da ağırlıklı olarak en çok kullanılan kelimeler Tablo 2'ye göre "Ak Parti" ve aynı anlamda kullanılan "biz" ifadesidir. Erdoğan referandum sonucunda başta partisine, parti mensuplarına ve partili vatandaşlara teşekkürlerini iletmıştır. Konuşmada geçen ifadeler aşağıdaki gibi örneklendirilebilir:

"Ak Parti olarak bu sonucu milletimizin değişime ve demokratikleşmeye verdiği çok önemli bir destek olarak görüyoruz.(...) Ak Parti'ye gönlünü veren, sevdasını veren başından itibaren bu harekete inanan, güvenen Ak Partili kardeşlerimi kutluyorum.(...) Kampanya süresince büyük bir fedakârlıkla, büyük bir gayretle alın teri döken merkez yürütme kurulu, merkez karar ve yönetim kurulu, tüm milletvekili arkadaşlarım, teşkilatımın ana kademesi, teşkilatımın kadın kolları, gençlik kolları, il teşkilatlarımız, ilçe teşkilatlarımız, belde teşkilatlarımız, tüm sandık yöneticilerini özellikle hassasiyetle davranarak yaptıkları bu görev sebebiyle kutluyorum.(...) Evet mitinglerinde büyük bir coşkuyla yüreğini ortaya koyan, ramazan ayına ve sığağa rağmen gittiğim yerlerde 32 derece ile 52 derece arasındaki bu sıcaklarda bizi yalnız bırakmayan tüm vatandaşlarımı, kardeşlerimi buradan kutluyorum."

Konuşmada ağırlıklı olarak kullanılan ikinci ifade "demokrasi"dir. Ülkenin yarısından fazlasının referanduma evet oyu vermesi, demokrasinin uygulanmasına yönelik devlete duyulan güven olarak düşünülmüştür. Referandumda oylanan değişikliklerin demokrasinin gerçekleştirilmesine katkı sağladığı vurgulanmaktadır. Bununla birlikte 12 Eylül tarihinin darbe süreci ile kirlendiği, referandumun bu algıyı değiştirdiği belirtilmiştir. İfade edilen söylemler konuşmada şu şekilde özetlenmiştir:

"12 Eylül günü kazanan demokrasimiz olmuştur. Değişimin demokrasi içinde gerçekleşebileceği bir kez daha görülmüştür, demokrasiye olan inanç, demokrasiye olan güven bir kez daha ortaya çıkmıştır. Her türlü sorunun çözüm yerinin demokratik siyaset olduğu, demokrasi içinde her meseleyi çözüm yoluna koyabileceğimiz bir kez daha anlaşılmıştır. Demokrasinin gücü, siyasetin gücü, milli iradenin gücü bugün kat be kat artmıştır.(...) Değerli arkadaşlar 12 Eylül günü Türk demokrasi tarihine bir dönüm noktası olarak geçecektir. Hep bununla anılacaksınız, hep bununla anılacağız. Darbe anayasası ile kirlenen 12 Eylül tarihi veya başlayan süreç bu halk oylamasıyla demokrasi için bir milat olarak tarihe bir parlak sayfa açmış, bu olumsuzluktan kurtulmuştur.(...) Bugün halk oylamasından çıkan evet kararı milletimizin demokrasi özleminin bir neticesidir."

Konuşmada sıklıkla kullanılan üçüncü kelime "kutluyorum" ifadesidir. Erdoğan, sandıktan çıkan evet oyunun yalnızca Ak Partililer, yalnızca evet oyu verenler için değil; tüm millet için hayırlı olacağını ifade etmiş ve aynı/farklı düşünceden olan tüm vatandaşı kutlamıştır.

“Particilik yapmadan, parti farkı gözetmeden inandığı doğrulara destek veren, kalbinin sesini dinleyerek, vicdanının sesini dinleyerek bu değişikliğe onay veren her bir vatandaşımı gönülden kutluyorum. Bu anayasa paketine destek veren CHP’li kardeşlerimi kutluyorum, MHP’li kardeşlerimi kutluyorum, BDP’li kardeşlerimi kutluyorum, tehditlere aldırmandan sandığa giden kardeşlerimi kutluyorum, başından itibaren evet diyerek desteğini ortaya koyan Saadet Partili kardeşlerimi kutluyorum, Büyük Birlik Partili kardeşlerimi kutluyorum, HAKPAR’lı kardeşlerimi kutluyorum, bağımsız ülkücüleri kutluyorum. Türk aydınlarını, devrimci, solcu, işçi partili kardeşlerimi kutluyorum, liberalleri kutluyorum, Ak Parti’ye gönlini veren, sevdasını veren başından itibaren bu harekete inanan, güvenen Ak Partili kardeşlerimi kutluyorum. Sürecin içerisinde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği başkanının yaptığı açıklama için kendilerini kutluyorum, Hak-İş Konfederasyonu’nu başından itibaren verdiği destek sebebiyle kutluyorum, Memur-Sen’i başından itibaren verdiği destek sebebiyle kutluyorum, STK’lar olarak desteklerini esirgemeyen tüm sivil toplum kuruluşlarını buradan özellikle kutluyorum.”

Konuşmada ağırlıklı olarak kullanılan diğer kelime “millet/milletim” olmuştur. Erdoğan, sandıktan çıkan sonucun tüm milletin iyiliği için olduğunu belirterek bütünleştirici söylemlerde bulunmuştur. Millet ifadesinin geçtiği söylemler aşağıdaki gibi örneklendirilmiştir:

“Bunun omuzlarımıza yüklediği sorumluluğu unutmadan milletimizin emanetine sadakatle vefa göstermeye devam edeceğiz.(...) Biz sadece milletimiz sevindiği müddetçe sevineceğiz.(...) Milletimizin bu güçlü mesajını herkes almak durumundadır. Evet bugün imtiyazlarını korumak isteyenler değil toplumun adalet talebi kazandı, hak ve hakkaniyet kazandı. Ara rejimlerde örülmüş duvarlar bundan böyle bir daha milletimizin üstüne düşmeyecek inşallah, bundan mutluluk duyuyoruz.(...) Kimse kimseye üstünlük iddiasında bulunmasın, devlet her türlü tasarrufunun meşruiyetini millettten alsın, herkes kendisini millet karşısında sorumlu görsün. Hele hele siyasetçi oturduğu koltuktan güç almasın, oturduğu koltuğa güç kazandırsın. Millete kaybettirecek eylem ve söylemlerden herkes kaçınsın.(...) Bu muazzaz ülke için, bu aziz millet için daha çok azim ve gayret gösterme sevdasındayız.(...) Sandığa giderken söz de, mühür de, karar da millettendir demiştik.”

Konuşmada eşit ağırlıkta kullanılan iki kelime “artık” ve “kardeşlerim” ifadeleridir. Anayasa değişikliğinin öngörüldüğü referandum sonucunda yaşanacak dönüşüm “artık” kelimesiyle ifade edilmiştir.

“Türkiye’de artık vesayet rejimi tarihe karışacaktır. Türkiye’de artık zihniyet itibarıyla darbe heveslilerinin hevesleri kursağında kalacaktır. Türkiye’de artık millî iradenin gücü her türlü kirli oyunu bozacaktır. Türkiye’de artık değişime, demokratikleşmeye, büyümeye engel olanlar hiçbir şeyin yanlarına kar kalmayacağını daha iyi anlayacaktır. Türkiye’de artık çetelerden, terör örgütlerinden, karanlık odaklardan medet umanlar hayal kırıklığı yaşayacaklardır.”

2.1.3. 12 Haziran 2011 Genel Seçimler

Ortadoğu’da yaşanan gerilim ve Arap Baharı, 2011 yılında etkisini sürdürmeye devam etmiştir. Bununla birlikte terör olayları yaşanmaya devam etmiştir. Bununla birlikte siyasi cephede MHP kaset skandalı ortaya çıkmış, bazı milletvekili adaylarının YSK tarafından uygun bulunmaması ayrı bir krize neden olmuştur. 12 Haziran 2011 seçimleri, AKP’nin girdiği seçimler arasında %49,38 ile en yüksek oy aldığı seçimdir. Bu seçimde CHP %25,98, MHP %13,01 oy almıştır.

Tablo 3: 12 Haziran 2011’de Yapılan Balkon Konuşmasında Ağırlıklı Olarak Kullanılan Kelimeler

KELİME	METİNDEKİ AĞIRLIĞI	FREKANS
Kardeşlerim	%2,10	28
Ak Parti/Biz	%2,03	27
Millet	%1,80	24

12 Haziran 2011’de yapılan balkon konuşması 1459 kelimedenden oluşmaktadır. Tablo 3’e göre konuşmada ağırlıklı olarak en çok kullanılan kelime “kardeşlerim” olmuştur. Konuyla alakalı bir diğer husus da, ilk defa bir balkon konuşmasında dost ve kardeş ülke vurgusunun yapılmasıdır. Örnek teşkil edebilecek kesitler şu şekildedir:

“Gözlerini Türkiye’ye çevirmiş, Türkiye’den gelecek haberleri büyük bir heyecanla takip eden Bağdat, Şam, Beyrut, Amman, Kahire, Tunus, Saraybosna, Üsküp, Bakü, Lefkoşa ve diğer tüm dost ve kardeş ülke başkentlerini, dost ve kardeş halklarını da buradan muhabbetle selamlıyorum.(...) Bugün benim Türk kardeşim, Kürt kardeşim, Zaza, Arap, Laz, Gürcü, Roman tüm kardeşlerim, 74 milyon kazanmıştır.(...) İnanın bugün İstanbul kadar Saraybosna kazanmıştır, İzmir kadar Beyrut kazanmıştır, Ankara kadar Şam kazanmıştır, Diyarbakır kadar Ramallah, Nablus, Cenin, Batı Şeria, Kudüs, Gazze kazanmıştır. Bugün Türkiye kadar Orta Doğu, Kafkasya, Balkanlar, Avrupa kazanmıştır.”

Konuşmada en çok geçen ikinci kelime Ak Parti ve yine Ak Parti’yi tanımlamak için kullanılan “biz” kelimesidir. Tüm konuşmalarda “biz” söyleminin yanında “siz” söylemi olsa da; parti mensupları, birimleri, teşkilatları konuşmalarda daha fazla öne çıkmaktadır. Bu durum geçmiş konuşmalarda olduğu gibi bu konuşmada da şu şekilde gösterilebilir:

“Önceki Ak Parti hükümetlerinde olduğu gibi yeni Ak Parti hükümeti de Ak Parti’ye oy verenlerin değil; tüm Türkiye’nin, 74 milyonun hükümeti olacaktır. Kardeşlerim Türkiye’nin 780 bin km karesinde dikkat edin yine Ak Parti var. Batıda da var, doğuda da var, kuzeyde de var, güneyde de var. 7 bölgenin tamamında Ak Parti birinci parti.(...) Aziz milletimiz bize sadece hükümet etme yetkisi vermedi, aynı zamanda yeni anayasa yapmak için de bize bir görev tevdi etti. Milletimiz bu yeni anayasayı uzlaşmayla, istişareyle, müzakereyle yapma mesajları bize verdi.”

%5 ağırlık diliminde yer alan son kelime “millet/milletim”tir. Millet vurgusu sıralama değişse dahi tüm konuşmalarda sıkça yapılmaktadır. Ülkenin cumhurbaşkanının millete verdiği değer ve önem, ülkenin yönetiminde asıl söz sahibinin millet olması gibi söylemler halkın vatana bağlılığını artırması, milli duyguları pekiştirmesi açısından önem arz etmektedir. “Millet/milletim” kelimesinin konuşmada geçtiği yerlerden bazıları aşağıda verilmiştir.

“Kardeşlerim, aziz milletim sandıktan çıkan sonucu, sandığın verdiği mesajı en doğru şekilde okumanın çabası içerisinde olacağız. Aziz milletimiz bize sadece hükümet etme yetkisi vermedi, aynı zamanda yeni anayasa yapmak için de bize bir görev tevdi etti. Milletimiz bu yeni anayasayı uzlaşmayla, istişareyle, müzakereyle yapma mesajları bize verdi.(...) Milletim işte bu benim anayasam diyecek. Bu anayasa Türkiye’nin her zerresine, milletimin her ferdine hitap edecek. Yeni anayasa milletin her bir ferdini birinci sınıf olarak görecektir.”

2.1.4. 30 Mart 2014 Yerel Seçimler

2013’te yaşanan yolsuzluk olayları ve devamındaki tartışmalar 2014 yılında da sürmüştür. Bununla birlikte 2013 yılında olan Gezi Parkı eylemlerinin etkileri kendini göstermeye devam etmiştir. Siyasi olarak çalkantılı dönem devam etmiştir. Bu konuşmanın yapıldığı seçimde AKP %45,60 CHP %27,80 MHP %15,20 oy almıştır.

Tablo 4: 30 Mart 2014'te Yapılan Balkon Konuşmasında Ağırlıklı Olarak Kullanılan Kelimeler

KELİME	METİNDEKİ AĞIRLIĞI	FREKANS
Türkiye	%2,09	43
Millet	%1,99	41
Ak Parti/Biz	%1,79	37

Konuşma 2201 kelimededen oluşmaktadır. 2007'de yapılan ilk balkon konuşmasından sonra daha az kullanılan “Türkiye” söylemi 30 Mart 2014'deki yerel seçimlerin ardından yapılan konuşmada ağırlığı en fazla olan kelimedir. Konuşmadaki Türkiye vurgusunun kucaklayıcı ve bütünleştirici bir etki yarattığı görülmektedir. Konuşmada Türkiye söyleminin geçtiği kesitler aşağıdaki gibidir:

“Siz yeni Türkiye'nin istiklal mücadelesine sahip çıktınız; sizlere teşekkür ediyorum. Siz büyük Türkiye idealine büyük Türkiye hedeflerine sahip çıktınız; her birinize teşekkür ediyorum.... Türkiye sevdası her şeyin üzerinde olsun, Türkiye'nin menfaatleri her şeyin üzerinde olsun. Biz hep ne dedik? “Türkiye kazanacaksa biz kaybetmeye razıyız.” dedik. Ak Parti kaybetsin de Türkiye'ye ne olursa olsun anlayışı artık tarihe karışsın. Siyasetin merkezinde ilke olsun, değer olsun, samimiyet olsun, Türkiye'yi hep birlikte yüceltelim.”

Metindeki ağırlığı en çok olan ikinci kelime “millet”, üçüncü kelime “Ak Parti/Biz”dir. Önceki konuşmalarda parti söyleminin altında kalan “millet” vurgusu, bu konuşmada ilk defa partinin önüne geçmiştir.

“Kardeşlerim aziz milletimizin verdiği mesaj çok ama çok açık. Millet bugün sandıkta Türkiye'ye ve Dünya'ya bir mesaj verdi, ne dedi? “Biz buradayız, Türk milleti geçilmez.” dedi. Millet “Biz bu ülkenin sahipleriyiz.” dedi. “Millet eğilmez Türkiye yenilmez.” dedi.(...) Kardeşlerim bugün kibir kaybetmiştir, bugün gurur kaybetmiştir. Milletine tepeden bakan, milletini küçümseyen, milletin tercihlerini hafife alan, millete en ağır hakaretleri yapan kibir bugün bir kez daha sandıkta yenilmiştir.(...) Bu milletin içinden çıkan ama bu millete ihanet eden taşeronlar bugün milletin ne kadar aziz, ne kadar asil, ne kadar kahraman olduğunu bir kez daha görmüşlerdir. Millet istiklaline uzanan elleri sandığa gömmüştür, millet sinsi planları ahlaksız tuzakları bugün bozmuştur. Milletin sağduyusu, feraseti, basireti bugün hilelere ve nesiselere galebe çalmıştır. Buradan istiklaline, iradesine, ülkesine, bayrağına sahip çıkan aziz milletime tekrar tekrar teşekkür ediyorum. Rabbim bu aziz milleti korusun diye dua ediyorum. Bu millet ümmetin umududur, dünyanın umududur. Rabbim bu milleti doğru yoldan ayırmasın.”

Ak Parti'yi tanımlamak için kullanılan “biz” söyleminin konuşmada geçtiği kesitler şu şekildedir:

“Biz ezelden gelen, inşallah ebede giden bir davanın sadece hizmetkârlarıyız. Biz bu millete efendi olmaya değil, hizmetkâr olmaya geldik. Biz büyük bir dava taşının sadece hamallarıyız. Dün biz yoktuk ama bu dava vardı, yarın biz olmayacağız ama bu dava var olacak.(...) Biz diyoruz ki; gelin yeni bir sayfa açalım. Bu yeni sayfada ey muhalefet, ey bu muhalefete gönül veren milletim; Türkiye sevdası her şeyin üzerinde olsun, Türkiye'nin menfaatleri her şeyin üzerinde olsun. Biz hep ne dedik? “Türkiye kazanacaksa biz kaybetmeye razıyız.” dedik.”

2.1.5. 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi

Bu seçim, cumhurbaşkanının halk tarafından doğrudan seçildiği ilk seçimdir. Bu durum birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Recep Tayyip Erdoğan %51,79 oy almış, Erdoğan'ı %33,84 oy ile Ekmeleddin İhsanoğlu takip etmiştir.

Tablo 5: 10 Ağustos 2014'te Yapılan Balkon Konuşmasında Ağırlıklı Olarak Kullanılan Kelimeler

KELİME	METİNDEKİ AĞIRLIĞI	FREKANS
Kardeşlerim	%2,40	51
Bugün	%2,17	46
Ak Parti/Biz	%1,98	42

Konuşma 2266 kelimededen oluşmaktadır. Tablo 5'e göre metinde ağırlığı en çok olan söylem “kardeşlerim” sözcüğüdür. Birleştirici söylemler bu konuşmada da devam etmiş, kardeşlik ve kardeş ülke vurgusu sürmüştür. Kardeşlik vurgusu, etnik bir aidiyet oluşmasının önüne geçerek ayrıştırıcılığa karşı çıkmak ve aile duygusu uyandırmaktır.

“Kardeşlerim sadece Türkiye değil bugün Bağdat da, İslamabad da, Kabil, Beyrut, Saraybosna, Üsküp de kazanmıştır. Bugün Şam, Halep, Hama, Humus bugün Ramallah, Dablus, Eriha, Gazze, Kudüs de kazanmıştır. Kardeşlerim bugün 77 milyon kadar yeryüzünde aziz milletimizin kardeşleri, dostları, kader arkadaşları, gönüldaşları da kazanmıştır.(...) Kardeşlerim, artık devletin ve milletin iki ayrı istikameti bulunmuyor. Bugünden itibaren devlet ve millet aynı istikamete bakıyor. Kardeşlerim, bir olarak aynı rotada yürüyoruz.”

Önceki konuşmalardan farklılaşan bir nokta “bugün” kelimesinin sıkça kullanılmış olmasıdır. Bir değişim sürecinin başladığı, bugünün bir dönüm noktası olduğu vurgulanmıştır:

“Biliniz ki bugün dünden çok daha iyidir, emin olunuz yarınlar bugünden çok daha iyi olacaktır. Zira bugün Türkiye'nin gücüne güç katılmıştır. Bugün 2023 hedefleri, 2053 ve 2071 hedefleri artık çok daha yakınımıza gelmiştir.(...) Kardeşlerim bugün yeni bir gündür. Bugün Türkiye için bir milattır. Bugün Türkiye'nin küllerinden doğuşunun, yeni Türkiye'nin kuruluşunun günüdür.”

Ak Parti ve biz söylemi bu konuşmada devam etmiş; seçilmiş cumhurbaşkanlığına karşı gelen tepkilere yönelik açıklamalarda bulunulmuştur:

“İhlasla ve samimiyetle kendilerine yöneltecekleri her soru inanıyorum ki onların da bizi anlamalarını, bizim mücadelemizdeki iyi niyeti görmelerini sağlayacaktır. Bizim davamız şahsi bir dava değil, Türkiye davasıdır. Ulusal güvenliğimizi kim tehdit ederse karşısında bizi bulacaktır, bunu da bilmenizi istiyorum. Bizim davamız medeniyet davasıdır, güçlü Türkiye büyük Türkiye davasıdır.”

2.1.6. 24 Haziran 2018 Genel Seçimler

Bu seçimle birlikte başbakanlık ortadan kaldırılmış, cumhurbaşkanlığı sistemine geçilmiştir. Bununla birlikte ittifak sistemi kabul edilmiş, MHP bu seçimde AKP ile ittifak yapacağı mesajı vermiştir. Bu ittifakın adı ilerleyen günlerde “Cumhur İttifakı” olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte Suriye'deki terör oluşumlarına karşı operasyonlar düzenlenmiştir. Terör örgütüne karşı düzenlenen ve Zeytin Dalı adı verilen operasyon sonucunda Erdoğan, bu operasyonların Kürt vatandaşlara karşı yapılan bir uygulama olmadığını vurgulamıştır. AKP bu seçimde %42,56, CHP %22,64, MHP ise %11,10 oy almıştır.

Tablo 6: 24 Haziran 2018'de Yapılan Balkon Konuşmasında Ağırlıklı Olarak Kullanılan Kelimeler

KELİME	METİNDEKİ AĞIRLIĞI	FREKANS
Millet/Milletim	%2,06	20
Siz	%1,75	17
Ülkemiz	%1,34	13

Konuşma 1065 kelimeden oluşmaktadır. Geçmiş konuşmalardan farklı olarak, bu konuşmada “Ak Parti” veya aynı anlamda kullanılan “biz” kelimesi ağırlıklı olarak kullanılan kelimeler arasında bulunmamaktadır. Bunun yerine konuşmada ağırlıklı olarak en çok kullanılan kelime “millet/milletim”dir. Bununla birlikte sık kullanılan kelimeler hep halkı, milleti, tüm ülkeyi kapsayacak şekilde kullanılmıştır.

“Milletimizin sandıkta partimize verdiği mesajı da aldık. Önümüzdeki dönem milletimizin karşısına tüm bu eksiklerimizi tamamlayarak çıkacağımızdan emin olunuz. Ak Parti’yi milletimizle kurduk, bu güne kadar milletimizle getirdik, bugünden sonra da gözüümüz ve kulağımız yine milletimizde olacaktır. Hemen yarından itibaren milletimize verdiğimiz sözleri yerine getirmek için koşturmaya başlıyoruz.”

“Siz” kullanımı; ülkenin yönetiminde söz sahibi olan, kötü günlerde devletin yanında olan ve doğru yönetim motivasyonunu sağlayan yegane unsurun halk olduğunu vurgulamak için kullanılmıştır. Bundan sonraki süreçte uygulanacak politikaların birlikte yapılacağını ve yönetme gücünü halkla birlikte kullandığını “siz” kelimesini sıkça kullanarak dile getirmiştir. Aynı zamanda Cumhurbaşkanlığı sisteminin çok hararetli tartışmalara yol açması ve mevcut seçimler içinde en düşük oy oranını alması sonucunda Erdoğan balkon konuşmasında sevenlerine “zor zamanımızda yanımızdaydınız” mesajı vererek teşekkürlerini iletmış ve birliktelik mesajı vermiştir

“Sizler 22 Temmuz 2007 seçimlerinde yanımızdaydınız. Vesayete karşı hep birlikte mücadele ettik. Sizler 12 Haziran 2011 seçimlerinde yanımızdaydınız. Ülkemize hep birlikte çağ atlattık. Sizler gezi olaylarında, 17-25 Aralık emniyet yargı darbe girişiminde, Cumhurbaşkanlığı seçiminde yanımızdaydınız. Vandallara ve ihanet çetelerine hep birlikte karşı koyduk. Sizler 2015 seçimlerinde, özellikle 1 Kasım’da yanımızdaydınız. Ellerini ovuşturarak Türkiye’nin diz çökmesini bekleyenlere derslerini hep birlikte verdik. Sizler 15 Temmuz darbe girişiminde buradaydınız.”

Metinde ağırlığı bulunan bir diğer kelime ise “ülkemiz”dir. Kimlikler, kişiler ve farklılıkların üstünde bulunan asıl değer in ülke olduğu vurgulanmıştır.

“Ülkemizi, bayrağımızı, ezanımızı, özgürlüğümüzü, namusumuzu darbecilerin pençesinden hep birlikte kurtardık.(...) Bugün ülkemizin gelecek yarım asrının, bir asrının belirleyicisi olan 24 Haziran seçimlerinde yine yanımızda oldunuz. 24 Haziran seçim sonuçlarının ülkemiz ve milletimiz için hayırlara vesile olmasını Cenab-ı Allah’tan niyaz ediyorum.(...) Sandıkta bize verdiğiniz güç ile ülkemizi 2023 hedeflerine inşallah hep birlikte ulaştıracacağız. Terör örgütlerinin üzerine çok daha kararlı bir şekilde gideceğiz. Ülkemizin uluslararası alandaki itibarını çok daha yükseklerle çıkartacağız.”

2.1.7. 31 Mart 2019 Yerel Seçimler

Bu dönem ittifakların daha çok tartışıldığı, terör örgütleriyle mücadelenin devam ettiği bir dönemdir. Oyların yarısına yakınının AKP almasına rağmen, İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerde büyükşehir belediyelerinde CHP kazanmıştır. Bununla birlikte ilçe belediyelerinde AKP’nin kazanması konuşmada dile getirilmiştir. Konuşmada da bu durumdan

bahsedilmiş, asıl kazananın AKP olduğu belirtilmiştir. İttifak söylemleri devam etmiş, başarı MHP ile paylaşılmıştır. Bu seçimde AKP %44,33, CHP %30,12, MHP %7,31 oy almıştır.

Tablo 7: 31 Mart 2019’da Yapılan Balkon Konuşmasında Ağırlıklı Olarak Kullanılan Kelimeler

KELİME	METİNDEKİ AĞIRLIĞI	FREKANS
Ak Parti/Biz	%2,13	20
Millet	%2,02	19
Ülkemiz	%1,17	11

Konuşma 1005 kelimedenden oluşmaktadır ve konuşmada parti söyleminin tekrar ağırlıklı olarak kullanıldığı görülmektedir.

“Ankara’da ilçelerin çoğu Ak Parti’de, Cumhur İttifakı’nda. Böyle bir tablo var. Şu anda İstanbul’dan buraya hareket ettiğim ana kadar mevcut ilçe sayısından daha fazlası Cumhur İttifakı’nda veya başa baş. Bu ne demektir? Yine halkımız büyükşehir belediye başkanı olarak verse dahi ilçeleri yine Ak Parti’ye vermiş(...) Milletimiz bugün bizi 15. defa sandıkta birinci yaptı. Ak Parti olarak tek başımıza veya cumhur ittifakıyla birlikte seçime girdiğimiz yerlerde şuan itibariyle 16 büyükşehir, 24 il, 538 ilçe, 200 belde olmak üzere toplamda 778 belediye başkanlığı kazandık. Bu da ülkemizdeki belediyelerin yaklaşık %56’sı’nın Ak Parti tarafından yönetileceği anlamına geliyor.”

Millet söylemi ise seçim sonuçları nasıl olursa olsun millet için çalışılacağı, millet ile el ele olmaya devam edileceğini ifade etmek için kullanılmıştır.

“Biz siyaseti milletle inatlaşma, milleti küçümseme, milleti tahkir etme değil; sadece ve sadece ülkeye ve millete en iyi hizmetleri getirme aracı olarak görüyoruz. Bu güne kadar bunu yaptık, bundan sonra da bunu yapacağız. İçinde milletin olmadığı bir siyasetin sonu nereye çıkar? Faşizme çıkar, diktatörlüğe çıkar, zulme çıkar. Bunun için bu güne kadar attığımız her adımda milletimizin rızasını ve desteğini aradık(...) Kardeşlerim, bu seçimde arzu ettiğimiz neticeleri alamadığımız yerlerdeki sonucun tek sebebini milletimize kendimizi yeterince anlatamamış, gönüllere yeterince girememiş olmamız olarak görüyorum. Sadece 50 günlük resmi kampanya döneminde 59 il ve 43 ilçe mitingiyle, 9 televizyon ve sosyal medya programıyla milletimize kendimizi ifade etmenin gayreti içinde olduk. Buna rağmen eksiklerimiz varsa bunları düzeltmek boynumuzun borcudur. Bunu halkımızda arayamayız, milletimizde arayamayız; yine kendimizde arayacağız.”

Ağırlıklı olarak kullanılan bir diğer kelime “ülkemiz”dir. Şimdiye kadar yapılmış ve bundan sonra yapılacak her türlü faaliyet, alınacak her türlü kararın yalnızca ülkenin refahı için olacağı belirtilmiştir.

“Hepimiz davamıza, ülkemize ve milletimize ettiğimiz hizmetler oranında güç ve yetki sahibiyiz, bu oranda değerliyiz. Hayatın bir gerçeği olan değişimin sürekliliğini öncelikle kendi içimizde gerçekleştirmeden ülkemizi aynı istikamete yönlendiremeyiz. Önümüzdeki dönem hem partimiz hem ülkemiz için daha hayırlıya ve daha iyiye doğru bir değişim dönemi olacaktır. 4.5 yıl seçim yok. Ne yapacağız? Hem ulusal hem uluslararası bazda çalışmalarımıza odaklanacağız, kilitleneceğiz ve ülkemizi inşallah muasır medeniyetler seviyesinin üstüne çıkaracağız. Önümüzdeki bu uzun dönemi en verimli şekilde değerlendirmeye gayret edeceğiz. Kiminle? Milletimle. Sizlerle beraber. Ülkemizin çözüm bekleyen tüm meselelerinde reformcu bir anlayışla hal yoluna koymanın mücadelesini vereceğiz.”

Tüm konuşmalarda geçen ve ağırlıklı olarak kullanılan kelimeler “Ak Parti/biz, millet/milletim/milletimiz, Türkiye,

SONUÇ

Yapılan analizler ve elde edilen bulgular sonucunda yoğun olarak kullanılan kelimeler aşağıdaki şekilde görselleştirilmiştir:



Recep Tayyip Erdoğan'ın balkon konuşmalarına göre sahip olduğu hizmetkâr liderlik anlayışına göre hizmetkâr lider, otoritesinin kalıcı olmadığını farkındadır, buna rağmen otoritesini yalnızca ortak iyi için kullanır. Hizmetkâr lider, güvenip kendilerine liderlik etme erkine layık gören takipçilerine üst düzey bağlılık ve minnet duyar. Lider-takipçi ilişkisi güçten kaynaklanan bir ilişki değil, kalbi bir bağlılıktır. Lider gücünü izleyenlerinde hiçbir fark gözetmeksizin yalnızca hizmet etmek için kullanır. Liderin motivasyonu takipçilerinin refahı ve mutluluğudur. Blanchard'a göre hizmetkâr bir liderin on özelliği bulunmaktadır, fakat hizmetkâr bir liderde bu on özelliğin tam kapsamıyla bulunması beklenmemektedir. Bu özellikler dinleme becerisi, empati, kişilere şifa olma gücü, farkındalık, ikna kabiliyeti, gerçekliğin

ötesinde düşünme gücü, öngörü, yönetme kabiliyeti, insanlara bağlılık ve bir topluluk kurabilme becerisi olarak sayılmıştır (Blanchard, 2002: 7-8; Nullens, 2019: 7). Aynı zamanda Greenleaf, hizmetkâr liderliğin teolojik boyutunun da göz ardı edilmemesi gerektiğini dile getirmiştir. Hizmetkâr liderin sahip olduğu fedakârlık, yardımseverlik, maneviyat gibi içsel özellikler aynı zamanda liderin inancının da gereği olarak görülmüştür (Nullens, 2019: 21). Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşmalarında hizmetkâr liderlik özellikleri gösteren kesitler şu şekildedir:

–12 Eylül 2010 tarihli konuşmasında siyasi görüş, ekonomik durum, statü fark etmeksizin 81 ilde 73 milyonun hepsinin istekleri doğrultusunda daha çok çalışılacağını belirtmiştir. Kendi sevincinin yalnızca milletin sevincine bağlı olduğunu dile getirmiş, kralların değil kuralların ön planda olmasını istediğini söyleyerek gücün değil milletin egemen olması gerektiğini söylemiştir. Gücünün kalıcı olmadığını farkındadır ve gücünü hizmetten yana kullanacağını dile getirmiştir.

–30 Mart 2014 tarihli konuşmasında ezelden ebede giden kutlu bir davanın hizmetkârı olduğunu, milletin efendisi değil ancak hizmetkârı olabileceğini, yalnızca davasını sırtına almış taşıyan bir hamal olduğunu belirtmiştir. Davasının millete hizmet etmek olduğunu, bu davanın kendinden önce de var olduğu gibi kendinden sonra da var olmaya devam edeceğini, o yüzden son nefesine kadar bu milletin hizmetkârı olmaya devam edeceğini dile getirmiştir. Yetkisinin kendisiyle gelmediğini, gittikten sonra da devam etmeyeceğini dile getirmiştir.

–10 Ağustos 2014 tarihli konuşmasında seçimin galibinin sadece kendisine oy verenler olmadığı, kendisine oy vermeyenlerin de kazandığını ve farklı görüşe sahip olsalar dahi görevinin hiçbir ayırım gözetmeksizin millete hizmet olduğunu söylemiştir.

–24 Haziran 2018 tarihli konuşmasında yönetme gücünü millete, milletin güvenine layık olabilmek için kullanacağını belirtmiştir. Ayrıca kendisine verilen desteğin hakkını verebilmek için yeni dönemde daha çok çabalayacağını altını çizmiştir. Halkın sorunlarının çözülebilmesi için halka hizmet edeceğinin güvencesini vermiştir.

–31 Mart 2019 tarihli konuşmasında milletle arasında kalpten kalbe giden bir yol olduğunu ve kimsenin bu yolu zedelemesine izin vermeyeceğini belirtmiştir. Bunun yanı sıra siyaseti milleti yönetmek için bir amaç olarak değil, ülkeye ve millete hizmet etmek için sadece bir araç olarak gördüğünü dile getirmiştir.

Recep Tayyip Erdoğan'ın sahip olduğu bir başka liderlik anlayışı olan babacan liderlikte lider takipçileriyle adeta ebeveyn-çocuk ilişkisi kurmaktadır. Babacan lider takipçilerinin hayatlarının her alanıyla yakından ilgilidir. Yalnızca örgüt menfaatleri için iletişim kurmak yerine takipçilerinin sevinçleri, üzüntüleri, heyecanları ve korkularına da ilgi duyarak takipçilerinin özel hayatlarına dâhil olur, onlarla kişisel bir bağ kurar (Bilici, 2017: 42). Takipçilerin de lideri izleme motivasyonu yalnızca yönetme gücüne sahip olması değil, liderle aralarındaki ailevi ve duygusal bağıdır. Babacan olarak nitelendirilen bir lider takipçilerine bakmak, onların sorunlarıyla ilgilenmekle yükümlüdür. Recep Tayyip Erdoğan'ın babacan liderlik özellikleri gösterdiği söylemleri ise şu şekildedir:

–12 Eylül 2010 tarihli konuşmasında 7'den 70'e bu vatanın bütün evlatlarının huzuru ve mutluluğu için çalışılacağından bahsetmiştir. Konuşmanın sonunda basketbol milli takımının final maçına katılacağını belirtmiş, başarılar dilemiştir. Babacan liderliğin önemli bir özelliği olan yönetici-halk arasındaki aile ilişkisi burada görülebilmektedir.

–12 Haziran 2011 tarihli konuşmasında beş kıtadaki ülkeleri saymış, Müslüman tüm ülkeleri saymış, Türkiye'deki farklı milletten vatandaşlarımızı saymış ve selamlarını iletmiştir. Konuşmasında işçi, memur, emekli, çiftçi, köylü, engelli, yoksul, kimsesiz, mazlum ve mağdur olan küresel ölçekte tüm takipçilerine seslenmiş; hiçbir ayırım gözetmeden hepsini kucaklayıcı bir tavır sergilemiştir. Siyasi olarak çalkantılı dönemlerden geçilmesi sonucunda annelerin gözyaşlarını, gençlerin akan kanını durdurmak için çok daha büyük bir gayretle çalışacağını belirtmiştir.

–30 Mart 2014 seçimlerinde Filistin'den seçim sonuçlarını takip edenlere teşekkür etmiş, Mısır'daki demokrasi mücadelesinden bahsetmeyi ihmal etmemiştir. Suriye'deki savaşı unutmamış, bombaların ve kurşunların altında yaşam mücadelesi veren mazlumlara teşekkür etmiş ve yanlarında olduğunu dile getirmiştir. Zorda olan kimselere yardım etme ve gücünü bu yönde kullanma vurgusu babacan liderlik özelliklerine işaret etmektedir.

–10 Ağustos 2014 tarihli konuşmasında Ramazan ayına denk gelen seçim çalışmaları sebebiyle oruç ve sıcaklara aldırış etmeden var gücüyle çalışan herkese teşekkür etmiştir. Ayrıca gönül diliyle konuşmayı, önyargılardan kurtulmayı ve bir olmayı tembihlemiştir. Yakın zamanda hayatını kaybeden sanatçı Murat Göğebakan'ı anmış, Fatiha istemiştir. Gazze'de devam eden savaşta zarar gören yaralıların Türkiye'ye aktarılmaya başlanacağını, tedavilerinin Türkiye'de yapılacağını belirtmiştir. Bir halk sanatçısının vefatına duyduğu üzüntüyü konuşmasında dile getirmiş, aynı zamanda kendi halkından olmayan fakat zorluklar içinde yaşamını sürdürmeye çalışan insanlara yardımcı olduğunu vurgulaması, balkon konuşmalarının babacan liderlik özellikleri gösterdiği düşünülmektedir.

–24 Haziran 2018 seçim konuşmasında balkona geç çıkmış, bunun nedeninin de bir kaza olduğunu söylemiştir. Cumhurbaşkanlığı konutunda kaza geçiren küçük bir çocuğun hastanede ameliyata girmesi gerektiğini ve ameliyata girene kadar çocuğu beklediğini, doktoruyla konuştuğunu anlatmış; çocuk için dua istemiştir. Suriyeli mültecilerin yaşadığı sorunlardan bahsetmiş, onları güvenli bir şekilde ülkelere göndermek için elinden geleni yapacağını belirtmiştir. Manevi desteğe ihtiyaç duyan insanlara yardım edildiğinin dile getirilmesi babacan liderlik özelliklerine uygun görülmektedir.

–31 Mart 2019 konuşmasında yine gündem olan Suriye ve mülteci konusundan bahsetmiş, Suriye'nin güvenli hale getirilmesi ve sığınmacıların evlerine güvenli bir şekilde dönebilmeleri için yapacağı çalışmalardan bahsetmiştir.

Recep Tayyip Erdoğan'ın liderliğinin incelendiği akademik çalışmalarda ve kamuoyunda Erdoğan'ın “karizmatik lider özellikleri gösterdiği” vurgusu ön plana çıkmaktadır. Nitekim karizmatik liderin sahip olduğu yüksek etkileme kabiliyeti, risk alma ve kriz yönetimi, özgüven gibi özellikler Türkiye'nin yaşamış olduğu ulusal ve uluslararası politik ve toplumsal olaylara gösterilen yaklaşım ve sunulan çözümlerde kendisini göstermektedir. Örnek vermek gerekirse Davos Krizi, 15 Temmuz darbe girişimi, çeşitli diplomatik olaylarda yaşanan siyasi krizler başarılı bir şekilde yönetilebilmiştir. Aynı zamanda kriz dönemlerinde Erdoğan'ın halka yapmış olduğu çağrılar toplumda fazlasıyla karşılık bulmaktadır. Bunun en büyük örneği 15 Temmuz darbe girişimidir. Erdoğan'ın siyasi kişiliğinin yanında bu ve bunun gibi kriz anı yönetimi ve yüksek bir hitabet yeteneğinin olması, kendisinin karizmatik bir lider olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte görüldüğü gibi, karizmatik liderlik söylemlerden ziyade davranış, tutum ve olaylara bakış açıları neticesinde kendini gösterebilmektedir. Çalışmada ele alınan balkon konuşmalarının ve Erdoğan'ın söylemlerinin ise yapılan incelemeler ışığında babacan ve hizmetkâr liderliğe ait özellikler gösterdiği görülmektedir.

ETİK BEYAN VE AÇIKLAMALAR

Etik Kurul Onay Bilgileri Beyanı

Çalışma, etik kurul izni gerektirmeyen bir çalışmadır. Etik Kurul İznine Gerek Olmadığına Dair Beyan formu sisteme yüklenmiştir.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar tüm çalışmalarını birlikte yürütmüştür.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Alkan, A. ve Erdem, R. (2019). Güç: Formal ve İnformal Yönden Güce Kavramsal Bir Bakış. *Vizyoner Dergisi*, 10(24), 405-433.
- Akgül, A. (2018, 5 Temmuz). Türkiye Siyasetinde Balkon Konuşmaları. Erişim adresi: <http://www.ahmetakgul.com/turkiye-siyasetinde-balkon-konusmalari/>, Erişim Tarihi: 01.02.2020.
- Arklan, Ü. (2006). Siyasal Liderlikte Karizma Olgusu: Recep Tayyip Erdoğan Örneğinde Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 45-65.
- Arslan, Ş. (2009). *Duygusal Zekâ ve Dönüşümcü, Etkileşimci Liderlik*. İstanbul: Nobel.
- Aycan, Z. (2001). Paternalizm: Yönetim ve Liderlik Anlayışına İlişkin Üç Görgül Çalışma. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 1-26.
- Balcı, Ş. Ve Bal, E. (2008). 22 Temmuz 2007 Genel Seçimleri'nde AKP ve CHP Reklamları: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 33, 5-28.
- Bass, B. M. (1960). *Leadership, Psychology, and Organizational Behavior*. New York: Harper and Row.
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and Performance*. New York: Free Press.
- Bennis, W. (1986). *Transformative Power and Leadership*. Thomas J. Sergiovanni ve John Edward Corbally (Ed), *Leadership And Organizational Culture* (64-72) içinde. University of Illinois Press, Chicago.
- Biber, A. ve Turancı, E. (2014). Toplumsal Şeytan Üçgeni: İktidar, Hegemonya ve Propaganda. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 11(1), 28-41.
- Bilici, H. F. (2017). *Tükenmişlik, İşe Bağlılık, İşten Ayrılma, Babacan Liderlik ve Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Blake, R. R. and McCanse, A. A. (1991). *Leadership Dilemmas— Grid Solutions*. Texas: Gulf.
- Blanchard, K. (2002). *Tracing the Past, Present, and Future of Servant-Leadership*. Larry C. Spears and Michele Lawrence (Ed). Focus on Leadership (1-16) içinde. John Wiley & Sons, New York.
- Bozatay, Ş. A. (2011). 12 Eylül 2010 Referandum ve Referandum Sürecinin Üniversite Öğrencileri Tarafından Algılanmasına İlişkin Bir Araştırma: Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9 (2), 115-140.
- Burns, J. M. G. (1978). *Leadership*. New York: Harper & Row.
- Çelik, V. (1997). Eğitim Yönetiminde Vizyoner Liderlik. *Eğitim Yönetimi*, 3(4), 465-474.
- Çelik, Y., Çıraklı, Ü., Şantaş, F. ve Uğurluoğlu, Ö. (2014). Etik Liderlik Davranışlarının Örgütsel Adalet Üzerindeki Etkisi: Hastanede Bir Uygulama. *İşletme Bilimi Dergisi*, 2(2), 53-69.
- Demircioğlu, E. C. (2015). Karizmatik Liderliğin Yönetimsel Açından Değerlendirilmesi. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 52-69.
- Downton, J. V. (1973). *Rebel Leadership: Commitment and Charisma in the Revolutionary Process*. New York: Free Press.
- Gerçek, M. (2018). Yöneticilerin Babacan Liderlik Davranışlarının Psikolojik Sözleşme Bağlamındaki Beklentileri Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13(2), 101-118.
- Göksu, O. ve Aslan, A. (2015). Siyasal İletişim Perspektifinden “Balkon Konuşmaları”na Yönelik Bir Söylem Analizi. 1. *Uluslararası Siyasal İletişim, Demokrasi ve Yeni Süreçler Sempozyumu*, 2, 63-82.
- Göksu, O. (2019). Medyatik Bir Siyasal Söylem Örneği: Balkon Konuşmalarının İçerik ve Söylem Analizi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (62), 1289-1303.
- Greenleaf, R. K. (1970). *The Servant as Leader*. UK: Greenleaf.
- Kırca, C. (2015). *Karizmatik Liderlik ve Örgüt Kültürü*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, İstanbul.

- Kızıltoprak, A. A. (2018). Türk Siyasetinde Recep Tayyip Erdoğan'ın Karizmatik Liderliği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (30), 613-638.
- Koontz, H., O'Donnell, C. and Weihrich, H. (1986). *Essentials of Management* (4th ed). New York: McGraw Hill Higher Education.
- Kökçikaran, A. (2016). *Liderlik Tipleri Perspektifinde Kazım Karabekir Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Köker, E. ve Kejanlıoğlu B. (2004). 2002 Seçim Kampanyalarında Ulusal Basın. *İletişim Araştırmaları*, 2(1), 39-70.
- Köksal, O. (2011). Bir Kültürel Liderlik Paradoksu: Paternalizm. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 8(15), 101-122.
- Kumkale, İ. ve Çetin, O. I. (2016). *Liderlik Üzerine Güncel Yazılar*. İstanbul: Paradigma.
- Küçük, Y. ve Yavuz, E. (2018). Hizmetkar Liderlik: Gandhi Örneği. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi*, 1, 81-93.
- Likert, R. (1932). A Technique for Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 22, 5-55.
- McGregor, D. (1960). *The Human Side of Enterprise*. New York: McGraw-Hill.
- Northouse, P. G. (1997). *Leadership: Theory and Practice*. UK: Sage.
- Northouse, P. G. (2014). *Liderlik Kuram ve Uygulamalar* (6. Baskı). (Çev. C. Şimşek) İstanbul: Sürat Üniversite.
- Nullens, P. (2019). *The Will to Serve: An Anthropological and Spiritual Foundation for Leadership*. Luk Bouckaert & Steven C. van den Heuvel (Ed). *Servant Leadership, Social Entrepreneurship and the Will to Serve* (3-27) içinde. Palgrave, Switzerland.
- Özbozkurt, O. B. (2019, Eylül). *Liderliğin Yeni Paradigması: Stratejik Liderlik*. 3. Uluslararası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu, Nevşehir.
- Özgül, B. (2015). *Türkiye'de Siyasi Liderlik*. Ankara: Sage.
- Özkan, M. (2016). Liderlik Hangi Sıfatları, Nasıl Alıyor? Liderlik Konulu Makalelerin İncelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 615 – 639.
- Özmen, H. İ. (2009). *Liderlik Davranışını Etkileyen Toplumsal Normların Analizi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Serinkan, C. ve Erdiş, Y. (2014). *Dönüşümcü Liderlik Bağlamında Örgütsel Vatandaşlık ve Örgütsel Adalet*. Ankara: Nobel.
- Shamir, B., Arthur, M. and House, R. (1994). The Rhetoric of Charismatic Leadership: A Theoretical Extension, a Case Study, and Implications for Research. *Leadership Quarterly*, 5, 25-42.
- Silin, R. (1976). *Leadership and Values: The Organization of Large-Scale Taiwanese Enterprises*. Cambridge: Harvard Univ Asia Center.
- Spears, L. C. (2010). Character and Servant Leadership: Ten Characteristics of Effective, Caring Leaders. *The Journal of Virtues & Leadership*, 1, 25-30.
- Şentürk, F.K., Durak, M., Yılmaz, E., Kaban, T., Kök, N. ve Baş, A. (2016). Dönüşümcü ve Etkileşimci Liderlik Tarzlarının Bireysel Yenilikçiliğe Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8, 173-198.
- Uğurluoğlu, Ö. ve Çelik, Y. (2009). Örgütlerde Stratejik Liderlik ve Özellikleri. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 12, 121-156.
- Ünlü, Ç. Y. (2015). Amerikanvari Seçim Sonu Konuşmalarının Milli Bir Örneği Olarak “Balkon Konuşmaları: 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Konuşması Üzerine Retoriksel Bir Analiz. *İletişim Dergisi*, 23, 67-95.
- Yaşar, A. (2016). *İbn Haldun'a Göre Siyasi Otorite ve Liderlik, Genç Hukukçular Hukuk Okumaları*. İstanbul: Hukuk Vakfı.
- Yıldız, M. G. (Ed.). (2016). *Liderlik Çalışmaları* (2. Basım). İstanbul: Beta.

Yukl, G. (1986). Managerial Leadership: A Review of Theory and Research. *Journal of Management*, 15, 251-289.

Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. New York: London.



Ulaştırma Altyapı Yatırım Harcamalarının Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerindeki Etkisi: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Çalışma

Mustafa Batuhan TUFANER¹, Bayram ŞİRİN²

Öz

Ülkelerin gelişmişlik seviyeleri, birçok faktöre bağlı olarak belirlenmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için doğrudan yabancı yatırımlar, ekonomik büyüme ve kalkınmanın itici gücü olarak kabul edilmektedir. Ancak, doğrudan yabancı yatırımcılar yatırım yapacakları ülkeye karar verirken çeşitli koşulları göz önünde bulundurmaktadır. Ulaştırma altyapı yatırımları da doğrudan yabancı yatırımları ve dolayısıyla ekonomik büyüme ve kalkınmayı belirleyen en önemli unsurlardan birini oluşturmaktadır. Devletlerin bu durumun farkında olarak ulaştırma alanında altyapılarını geliştirmek için önemli seviyelerde harcama yaptıkları görülmektedir. Ulaştırma altyapısı, şüphesiz ki bir ülkeyi cazip bir yer kılan kritik araçlardan bir tanesidir. Güçlü ulaştırma altyapısına sahip olan ülkelerin taşıma maliyetleri azalmakta ve malların teslimat süreci hızlanmaktadır. Bununla birlikte, ulaştırma altyapısının gelişmesiyle artan ekonomik ve sosyal ilişkiler de ekonominin canlanmasına katkıda bulunabilmektedir. Dolayısıyla, yabancı yatırımcılar açısından yatırım yapacakları ülkedeki ulaştırma altyapısının gelişmişlik seviyesi son derecede önem taşımaktadır. Literatürde, OECD ülkelerinde ulaştırma altyapı harcamaları ile doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkiye odaklanan yeterince çalışma bulunmadığından, çalışma bu yönüyle literatüre katkıda bulunmaktadır. Çalışmada, ulaştırma altyapı harcamalarının doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkileri 30 OECD ülkesi ve 1997-2016 dönemi için panel veri yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz bulguları, ulaştırma altyapı harcamalarının doğrudan yabancı yatırımlarla pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Ulaştırma altyapı harcamaları, doğrudan yabancı yatırımlar, panel veri analizi

Jel Kodu: L92, F21, C1

The Effect of Transportation Infrastructure Investment Expenditures on Foreign Direct Investments: A Study on OECD Countries

Abstract

The level of development of countries is determined by many factors. In particular, foreign direct investments for developing countries are considered to be the driving force of economic growth and development. However, the decisions of foreign direct investors are established according to the conditions of the countries. Transportation infrastructure investments also constitute one of the most important factors determining foreign direct investment and economic growth and development. It is seen that states are aware of this situation and spend significant levels to improve their infrastructure in transportation. Transportation infrastructure is undoubtedly one of the critical tools that make a country an attractive place. Countries with strong transportation infrastructure have reduced transportation costs and accelerated the delivery of goods. Moreover, the economic and social relations that have increased with the development of the transportation infrastructure can contribute to the recovery of the economy. Therefore, the development of the transportation infrastructure in the country where they will invest is extremely important for foreign investors. Since there are not enough studies in the literature focusing on the relationship between transportation infrastructure expenditures and foreign direct investments in OECD countries, this study contributes to the literature in this respect. In this study, the effects of transportation infrastructure expenditures on foreign direct investments were analyzed by panel data method for 30 OECD countries and the 1997–2016 period. Analysis findings showed that transportation infrastructure expenditures have a positive relationship with foreign direct investments.

Keywords: Transportation infrastructure expenditures, foreign direct investments, panel data analysis

Jel Codes: L92, F21, C1

¹ Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Dr. Öğr. Üyesi, Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: batuhanufaner@beykent.edu.tr Orcid No: 0000-0003-0415-4368

² Arş. Gör., İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Lojistik Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: bsirin@ticaret.edu.tr Orcid No: 0000-0003-3357-9138

Extended Abstract

Introduction

Foreign direct investments are considered to be one of the most important drivers of economic growth and development. Furthermore, foreign direct investments may be affected by incentives given by countries, structural risks and political attitudes. Therefore, foreign investors generally tend to invest in countries with stronger economic conditions and infrastructure. Market size, infrastructure institutions, expert workforce, human capital and the use of advanced technology are among the main determinants of foreign direct investments. Infrastructure investments include; social infrastructure investments such as hospitals and schools, energy infrastructure investments such as water, electricity and natural gas, and transportation infrastructure investments such as airports, ports, roads, and railways (Bayraktutan, 1992: 83-84). Poor transportation infrastructure increases direct costs and can prolong the delivery of goods. Moreover, with the development of transportation infrastructures, countries can increase their relations in economic, social and cultural fields. In this context, the role of transportation infrastructure expenditures on economic growth and development is important.

The importance of transportation and infrastructure investments in the world is increasing day by day. Transportation infrastructure investments are generally realized in three ways: construction of new transportation systems, development and improvement of existing transportation systems and maintenance and repair of existing transportation systems. Especially in developing economies, new transportation systems built to provide access to underdeveloped natural resources have a major impact on economic production in these economies (Talley, 1996: 145). The adequacy of the infrastructure is an important indicator of a country's efforts to increase productivity (Achour and Belloumi, 2016: 989). However, infrastructure expenditures are financed by public capital and allow all parts of the society to benefit from these infrastructure investments. The basis of these infrastructure investments is to indirectly stimulate the economic growth and development of countries by including private sector investments in these investments. Economic activities intensify in the regions where transportation infrastructure is developed, whereas the economy is stagnant in regions where transportation infrastructure is not developed. Therefore, policies that increase the capacity and efficiency of the infrastructure sector should be used optimally.

Method

The aim of this study is to examine the effects of transportation infrastructure expenditures on foreign direct investments within OECD countries. In this context, 30 OECD countries are analyzed by panel data method for the period 1997-2016. First of all, transportation and logistics infrastructure are examined conceptually. Following the introduction of the basic concepts, the importance and determinants of foreign direct investments are discussed. After, empirical studies on transportation infrastructure expenditures and foreign direct investments are included in the literature. In the following section, data and econometric methods are given, and in the last section, empirical analysis and findings are presented.

In order to examine the effect of transportation infrastructure expenditures on foreign direct investments in OECD countries, annual data of 30 countries for 1997-2016 were analyzed by panel data method. Since the data before 1997 could not be reached, this year was taken as the starting year. 2016 was taken as the end year since it was the last year for the transportation infrastructure expenditures data. The analysis included the following 30 countries: United States, Germany, Australia, Austria, Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France, Netherlands, United Kingdom, Ireland, Spain, Israel, Sweden, Switzerland, Italy, Iceland, Japan, Canada, Korea, Hungary, Mexico, Norway, Poland, Portugal, Slovakia, Slovenia, Turkey and New Zealand. Data were obtained from the World Bank and OECD data set.

The ENF represents the annual inflation rate and is included in the model as a variable representing the country's economic stability. High inflation rates increase the economic uncertainty perception of countries. Therefore, the coefficient for the inflation variable is expected to be negative. BUY represents the annual GDP growth rate. To benefit from high sales volumes and economies of scale, foreign investors prefer countries with large markets. Therefore, a positive relationship is expected between GDP growth rate and foreign direct investment. ULASIM represents the ratio of transportation infrastructure expenditures to GDP. Transportation infrastructure expenditures, which are below the infrastructure expenditures, play an important role in terms of foreign direct investments. Infrastructure expenditures on roads, railways, seaway and airways are expected to have a positive impact on foreign direct investments as they will reduce costs and provide logistical efficiency.

Result and Discussion

Panel data analysis was used as the econometric method in this study. Panel data analysis is a method of estimating economic relations by using panel data which is horizontal cross-sectional data with time dimension. The term error is assumed to be independent for all units and times and has an independent idiosyncratic distribution. There are many methods such as unidirectional and bidirectional fixed effects and random effects model, dynamic panel analysis and GLS (generalized least squares). In this study, one-way fixed effects and random effects models were used.

First, Levin, Lin and Chu, Harris-Tzavalis, Breitung and Hadri panel unit root tests were applied to test the stationarity of the series. When the unit root test results are examined, it is seen that all series are stationary at the level value. According to Baltagi (2008), cross-

sectional dependence is a problem in macro panels with long time series (over 20-30 years). This is not much of a problem in micro panels (few years and a large number of cases). After, panel regression analysis was estimated with fixed effects and random effects method. The findings of the model show that for both estimators random effects (RE) and fixed effects (FE); ULASIM (Transportation infrastructure expenditures) variable is statistically significant at 1% level and affects FDI positively. On the other hand, the BUY variable is statistically significant at the 10% level in all estimation methods and affects FDI positively. ENF (Inflation rate) variable is not statistically significant in any estimation method. In order not to decrease the explanatory power of the model, it was deemed appropriate to remove the ENF variable from the model. However, the Hausman test was performed to determine which estimator was superior between the two alternative estimators. It was observed that there are no fixed effects in the model, and the random effects estimator gives more effective results. Therefore, the development of transportation infrastructure increases the logistic accessibility of countries and enables them to gain more shares from foreign trade. Countries that are more advantageous in foreign trade are becoming more attractive for foreign direct investments. In this context, it can be stated that transportation infrastructure expenditures stimulate foreign direct investment and thus economic growth and development, and thus are a determining factor in the economic policies of the countries.

GİRİŞ

Doğrudan yabancı yatırımlar, ekonomik büyüme ve kalkınmanın en önemli lokomotiflerinden biri olarak kabul edilmektedir. Ancak doğrudan yabancı yatırımlar, ülkelerin yatırımlara verdiği teşviklerden, yapısal risklerden ve politik tutumlardan etkilenebilmektedir. Dolayısıyla, yabancı yatırımcılar genellikle ekonomik koşulları ve altyapısı daha güçlü olan ülkelere yatırım yapma eğilimindedir. Ülkelerin pazar büyüklüğü, altyapı kurumları, uzman işgücü, beşeri sermayesi ve ileri teknoloji kullanımı doğrudan yabancı yatırımların temel belirleyicileri arasında yer almaktadır. Altyapı yatırımları; hastane ve okullar gibi sosyal altyapı yatırımlarından, su, elektrik ve doğalgaz gibi enerji altyapı yatırımlarından ve havalimanı, liman, karayolu ve demiryolu gibi ulaştırma altyapı yatırımlarından oluşmaktadır (Bayraktutan, 1992: 83-84). Ulaştırma altyapısının zayıf olması, doğrudan maliyetleri arttırmakta ve malların teslimat sürecini uzatabilmektedir. Ayrıca, ulaştırma altyapılarının gelişmesiyle birlikte ülkeler ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda ilişkilerini arttırabilmektedir. Bu bağlamda, ulaştırma altyapı harcamalarının ekonomik büyüme ve kalkınma üzerindeki rolü önem arz etmektedir.

Altyapı harcamaları kamu sermayesi ile finanse edilmekte ve toplumun tüm kesimlerinin bu altyapı yatırımlarından yararlanmasına olanak tanımaktadır. Bu altyapı yatırımlarının temelinde, özel sektör yatırımlarını da bu yatırımlara dahil ederek ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınmasını dolaylı bir şekilde uyarma amacı bulunmaktadır. Ulaştırma altyapıları gelişmiş olan bölgelerde ekonomik faaliyetler yoğunlaşmakta, ulaştırma altyapısının gelişmediği bölgelerde ise ekonominin durgun olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, altyapı sektörünün kapasitesi ve verimliliğini arttıracak politikaların optimum bir şekilde kullanılması gerekmektedir.

Çalışmanın amacı, ulaştırma altyapı harcamalarının doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkilerini OECD ülkeleri çerçevesinde incelemektir. Bu bağlamda, 30 OECD ülkesi 1997-2016 dönemi için panel veri yöntemiyle analiz edilmektedir. Çalışmada ilk olarak, ulaştırma ve lojistik altyapısı kavramsal olarak incelenmektedir. Temel kavramların açıklanmasının ardından literatürde ulaştırma altyapı harcamaları ve doğrudan yabancı yatırımlar üzerinde yapılan ampirik çalışmalara yer verilmektedir. Takip eden bölümde veri ve ekonometrik yöntem hakkında bilgiler verilirken, çalışmanın son bölümünde ise ampirik analiz ve bulgular yer almaktadır.

1. ULAŞTIRMA VE LOJİSTİKTE ALTYAPI

Altyapı yatırımları direkt olarak mal veya hizmet üretmeseler de bu üretimleri gerçekleştiren işletmelere gereken kolaylıkları sağlayarak diğer yatırımları teşvik etmekte ve bu işletmelerin yatırımlarına yön vermektedir. Tanım olarak incelendiğinde altyapı, “bir yerleşim yeri veya bir yapı için gerekli olan yol, kanalizasyon, su, elektrik vb. tesisatın tümü” olarak ifade edilmektedir (www.tdk.gov.tr). Tanımda bahsedilenlerin dışında sağlık ve eğitim gibi doğrudan insan odaklı olan alanlarda yapılan yatırımlar da altyapı yatırımları olarak ele alınmaktadır. Altyapı yatırımları genellikle devlet tarafından yapılmaktadır. Bunun nedenlerinden biri bu yatırımların herhangi bir işletmenin veya kuruluşun kendi başına altından kalkamayacağı kadar yüklü ekonomik sorumlulukları beraberinde getirmesidir. Ayrıca bu yatırımların niteliği de çoğu zaman bunu gerektirmektedir. Devlet bu yatırımları yaparak ticari işletmelerin önünü açmakta ve verimliliklerine katkıda bulunmaktadır (Kılıçbay, 1990: 61). Ekonominin ve kalkınmanın önemli yapı taşlarından biri olan sanayileşmenin gerçekleştirilebilmesi ve üretimin yapılabilmesi için belli seviyelerde altyapı yatırımının yapılmış olması gerekmektedir. Gelişmemiş ekonomilere sahip ülkeler yeterli altyapıya sahip olmadıkları için üretime dayalı yatırımları

arttıramamaktadırlar. Bunun sonucu olarak da sanayileşme çok yavaş ilerlemekle birlikte yabancı yatırımlar da negatif yönde etkilenmektedir. Tüm bu etkilerinin yanında altyapı yatırımları dışsal ekonomi oluşturarak başka sektörlerde maliyetlerin düşmesine katkı sağlamaktadır (Bayraktutan, 1992: 83-84). Altyapı yatırımları her zaman ekonomik büyümenin anahtarı olarak görülmüştür ve diğer bölgelerde olduğu gibi Avrupa Birliği'nde (AB) de bölgesel kalkınma stratejilerinin temel taşlarından biri olmuştur (Crescenzi vd., 2016: 555).

Ulaştırma ve altyapı yatırımlarının dünyadaki önemi her geçen gün artmaktadır. Ulaştırma ağlarına yapılan bu yatırımlar insanları ve ürünlerin bir noktadan diğerine hareketindeki maliyetleri düşürerek ekonomik faaliyeti arttırmak için planlanıp hayata geçirilmektedir (Allen ve Arkolakis, 2016: 2). Ulaştırma altyapı yatırımları genellikle yeni ulaşım sistemlerinin inşası, mevcut ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi ve iyileştirilmesi ve mevcut ulaşım sistemlerinin bakımı ve onarımı olmak üzere üç şekilde gerçekleştirilmektedir. Gelişmekte olan ekonomilerde, az gelişmiş doğal kaynaklara erişim sağlamak için inşa edilen yeni ulaşım sistemleri, bu ekonomilerde ekonomik üretim üzerinde büyük bir etkiye sahiptir (Talley, 1996: 145). Ayrıca ulaşım altyapısı ekonomik büyüme ve refahın oluşmasına yardım eden önemli bir etkidir ve ürünlerle birlikte özel sektördeki yatırımların geliştirilmesini sağlayan bir faktör olarak görülmektedir. Bu altyapının yeterliliği, bir ülkenin verimliliği artırma çabasının işleyişindeki önemli bir çarkı oluşturmaktadır (Achour ve Belloumi, 2016: 989). Ulaştırma ve lojistik altyapı harcamaları, gayri safi yurtiçi hasıla ve kişisel geliri arttırarak işsizlik oranlarında düşüşe neden olmaktadır (Agbelie, 2014: 304).

2. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN ÖNEMİ VE BELİRLEYİCİLERİ

Doğrudan yabancı yatırımlar (DYY) ya da başka bir ifadeyle doğrudan yabancı sermaye yatırımları, bir ülke içindeki belli bir sermayenin o ülkenin vatandaşı olmayan kişilere ait olması şeklinde ifade edilebilir. Hisse senedi veya tahvil alımı şeklinde gerçekleşen portföy yatırımları DYY kapsamında değildir. DYY, uluslararası alanda faaliyet gösteren yabancı bir firmanın ülke içindeki bir firmayı satın alması, orada bir firma kurmak amacıyla sermaye temin etmesi veya halihazırdaki bir firmanın sermayesini arttırması şeklinde gerçekleşmektedir. Karluk, (2002: 466), DYY'yi şu şekilde tanımlamıştır: “bir ülkede bir firmayı satın almak veya yeni kurulan bir firma için kuruluş sermayesini sağlamak ya da mevcut bir firmanın sermayesini arttırmak yoluyla o ülkede bulunan firmalar tarafından diğer bir ülkede bulunan firmalara yapılan ve kendisiyle birlikte teknoloji, işletmecilik bilgisi ve yatırımcısının kontrol yetkisini de getiren yatırımlardır.” Başka bir tanımda DYY, “bir ülkenin sakinlerinin, başka bir ülkedeki bir şirketin üretim, dağıtım ve diğer faaliyetlerini kontrol etmek amacıyla varlıkların mülkiyetini aldıkları süreçtir.” şeklinde tanımlanmıştır (Moosa, 2002: 1).

Yatırımlar bir ülkenin kalkınması ve büyümesi açısından büyük bir önem arz etmektedir. Yeterli sermaye birikimine sahip olmayan ülkelerde yatırım seviyeleri istenen düzeyin altında kalmakta, bu durum da ülkenin kalkınmasında, başka ülkelerle olan rekabet gücünde ve ülkedeki yaşam standardında ve refahında önemli bir düşüşün olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla yatırım için gereken sermayesi olmayan ülkeler bu eksikliği ve ihtiyacı borçlanma yoluyla ya da DYY ile giderebilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde gelişmekte olan ülkelerde yeterli iç sermayenin olmayışı bu ülkelerde DYY'nin önemini daha da arttırmaktadır. DYY'nin ülke ekonomilerine ve büyümeye yaptığı etki literatürde tartışılmış ve farklı sonuçlar elde edilmiş olsa da baskın olan görüş, DYY'nin ülke ekonomilerine ve büyümeye önemli bir katkı sağladığı ve kilit bir rol oynadığıdır (Ayaydın, 2010: 133-135). Ülkeye giriş yapan yabancı sermaye, ülkede yapılacak yatırımlar için

ihtiyaç duyulan kaynağı sağlayarak, kalkınmanın oluşması yolunda engel olarak duran döviz ve tasarruftaki yetersizlik gibi unsurların etkisini azaltmaktadır. Böylece DYY, ülkedeki sermayenin genişlemesine katkı sağlamakta ve ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilemektedir. Bunula birlikte dışarıdan gelen bu yatırımlar sayesinde yeni teknolojiler ve işletme alanında yeni yaklaşımlar da ülkeye kazandırılmakta ve dolayısıyla üretimdeki etkinliğin ve verimliliğin de artması sağlanmaktadır. Aynı zamanda bu yatırımlar yerli yatırımcıya gerekli girdiyi temin ederek onların da yatırımlarının artmasına katkıda bulunmaktadır (Ercan, 2001: 87-90). Bu şekilde farklı yatırımların da teşvik edilmesi milli birikimin ve sermayenin artmasını ve aynı zamanda çıktı üzerinde artış sağlayarak istihdamı da olumlu yönde etkilemektedir. Şöyle ki; herhangi bir sektörde yapılan yatırımlar veya yatırımların artması o sektörle ilgili diğer sektörleri veya alt sektörleri de etkileyerek dışsal ekonomi yaratmakta ve çıktıyı arttırmaktadır. Böylece mal ve hizmet üretiminde de bir artış meydana gelmekte, bu da ihtiyaç duyulan işgücü talebinde de yükselme meydana gelmesine neden olmaktadır ve ek istihdam olanakları yaratılmaktadır. Yabancı yatırımcıyı çekme konusunda özellikle son yılların en önemli ve lider ülkesi olan Çin, DYY'nin istihdamı en çok arttırdığı ülke konumundadır (Saray, 2011: 384-385).

Yapılan çalışmalarda DYY'yi belirleyen faktörler farklı sınıflandırmalarla yer almaktadır. Bunlardan bazılarını sıralayacak olursak; arz yönlü ve talep yönlü faktörler, maliyetlerle ilgili faktörler, makroekonomik faktörler, geleneksel ve geleneksel olmayan faktörler, itici ve çekici faktörler yapılan sınıflandırmalar arasında bulunmaktadır (Özcan ve Arı, 2010: 68).

3. LİTERATÜR

Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında hemen hemen hepsinde ulaştırma altyapı yatırımlarının ekonomik gelişme, büyüme ve ekonomik üretim kavramlarıyla ilişkisinin incelendiği görülmektedir. Bununla birlikte genel olarak altyapı yatırımlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmalar da bir hayli mevcuttur. Bu bölümde söz konusu konuyla ilgili yapılmış bazı çalışmalara yer verilmiştir.

Pereira ve Andraz (2005), ulaştırma altyapılarındaki kamu yatırımlarının Portekiz'deki özel yatırım, istihdam ve çıktı üzerindeki etkilerini araştırmak için bir VAR yaklaşımı kullanmışlardır. Değerlendirme sonuçları, ulaştırma altyapılarına yapılan kamu yatırımlarının özel yatırım ve istihdam yoluyla çıktı üzerinde güçlü bir olumlu etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Karagöz (2007), seçilmiş makroekonomik değişkenlerle DYY girişleri arasındaki nedensellik ve uzun dönem ilişkisini ele almıştır. Çalışmada piyasa hacmi, ticari dışa açıklık, beşerî sermaye, sermaye stoku, altyapı, politik istikrar ve yapısal değişim arasındaki uzun dönem ilişkisi incelenmiştir.

Khadaroo ve Seetanah (2008) ise bölgelerin turizm cazibelerinin belirlenmesinde ulaştırma ve lojistik altyapılarının önemini değerlendirmek için bir çerçeve sunmuşlardır. 1990-2000 yıllarını kapsayan on yıllık zamanda 28 ülke arasında iki yönlü turizm akışından oluşan bir panel veri seti kullanılmıştır. Çalışmada ulaştırma altyapılarının bir bölgeye gerçekleşen turizm akışında önemli bir belirleyici olduğu vurgulanmıştır.

Crafts (2009), çalışmasında ulaştırma altyapısının üretkenliğe katkısını ortaya koymuş ve maliyet fayda analizi için sonuçları değerlendirmiştir. İngiltere'de karayollarına daha fazla yatırım yapılması önerilmiş, bu yatırımın etkili bir ulusal yol fiyatlandırma planı ile birlikte yapılması gerektiği belirtilmiştir.

Zeren ve Ergun (2010), AB ülkeleri için DYY girişlerini etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada dinamik panel veri kullanılarak, 1995-2005 dönemini kapsayan bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda GSYH artış oranının, dış açıklık oranının ve kalkınma seviyesinin DYY girişlerini olumlu düzeyde etkilediği ortaya konmuştur.

Özcan ve Arı (2010), doğrudan yabancı yatırımların belirleyicileri üzerine yaptıkları çalışmada 27 OECD ülkesini 1994-2006 dönemi için analiz etmişlerdir. Dinamik panel veri yöntemiyle yapılan analiz neticesinde ulaştırma altyapı düzeyinin doğrudan yabancı yatırımları pozitif etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Khadaroo ve Seetanah (2010), özellikle ulaştırma ile ilgili olarak altyapı mevcudiyetinin, yatırım ortamının iyileştirilmesi ve DYY girişleri üzerindeki rolü incelenmiştir. Çalışma ilk olarak 1960-2004 dönemi için gelişmekte olan bir ada ülkesi Morityus'u ele almış ve ulaştırma da dahil olmak üzere altyapı harcamalarının DYY girişlerine katkıda bulunduğunu ortaya koymuştur. Daha sonra çalışma 20 Afrika ülkesi de dahil edilerek genişletilmiştir. Panel veri kullanılarak elde edilen bulgular, ulaştırma altyapısının DYY üzerinde pozitif ve olumlu bir etkisi olduğunu göstermiştir.

Shahrudin vd. (2010) ise 1970-2008 dönemi için Malezya'da DYY girişlerini belirleyen faktörleri incelemişlerdir. ARDL (autoregressive distributed lag) yaklaşımı kullanılarak DYY ile onun belirleyici faktörleri arasındaki dinamik ilişki ve nedensellik araştırılmıştır. Özellikle finansal gelişme ve ekonomik büyümenin DYY girişlerine pozitif bir katkı sağladığı ortaya konmuştur.

Kara ve Taş (2012), Türkiye için yaptıkları çalışmalarında ulaştırmayla beraber haberleşme altyapısını da incelemiştir. Buna göre, hem haberleşme hem de ulaştırma altyapı harcamalarının bölgesel gelir ve bölgesel kalkınma üzerinde pozitif bir katkı sağladığı belirtilmiştir.

Agbelie (2014), ulaştırma altyapı harcamalarının ülke ekonomisi üzerindeki etkisinin daha iyi anlaşılması için 40 ülke ekonomisinde ulaştırma altyapı harcaması ile gayri safi yurtiçi hasıla arasındaki ilişki hakkında çalışmıştır. Çalışmada 1992 ile 2010 yılları arasındaki veriler kullanılarak farklı ekonometrik modellerden yararlanılmıştır (olağan en küçük kareler ve rassal etkiler modeli). Analiz neticesinde, ulaştırma altyapı harcamalarının ulusal ve uluslararası esneklik değerlerindeki farklara göre değiştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Mike ve Oransay (2015) ise 1975-2013 yılları arasında DYY belirleyicilerinden altyapı ve inovasyon değişimleri uzun dönemde ampirik bir şekilde incelenmiştir. Çalışmada zaman serisi yöntemleri kullanılmış, altyapı yatırımlarının ile DYY arasındaki ilişkinin pozitif olduğu sonucuna varılmıştır.

Crescenzi vd. (2016), çalışmalarında Avrupa Birliği'nde (AB) bölgesel yönetim kalitesi ile karayolu yatırımlarının getirileri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Sonuçlar bölgesel yönetim kalitesinin ulaştırma altyapısının getirileri üzerinde etkili olduğunu göstermiştir.

Allen ve Arkolakis (2016), altyapı yatırımlarının refah üzerindeki etkisini karakterize edecek bir çerçeve geliştirmişlerdir. İlk olarak birbiriyle bağlantılı herhangi iki lokasyon arasındaki altyapı yatırımının tüm ikili lokasyonlar arasındaki toplam ticaret maliyetini nasıl düşürdüğünü belirlemişler, daha sonra iki lokasyon arasındaki maliyet düşüşünün refahı nasıl etkilediğini karakterize etmişlerdir.

Kara ve Cigercioğlu (2018), Türkiye'de ulaştırma altyapısının ekonomik büyümeye olan etkisini incelemişlerdir. 1988-

2015 yılları arasındaki veriler kullanılmıştır. Cobb-Douglas üretim fonksiyonu, VAR analizi ve Johansen eşbütünleşme testi kullanılarak ulaştırma altyapısının ekonomik büyüme üzerinde pozitif bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Wijaya vd. (2020), çalışmalarında 1981-2018 dönemi kapsamında makroekonomik göstergeler ve altyapı harcamalarının DYY üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda GSYH, enflasyon, borç/GSYH oranı, döviz kurları, faiz oranları ve altyapı harcamalarının DYY ile uzun dönemli ve kısa dönemli bir ilişki içinde oldukları ortaya konmuştur.

Azolibe vd. (2020), yaptıkları çalışma ile karayolu altyapısı, ulaştırma altyapısı, savunma altyapısı ve sağlık hizmetleri altyapısına yönelik hükümet harcamalarının Nijerya'daki yerli yatırım ve DYY girişleri ile anlamlı pozitif ilişkiye sahip olup olmadığını tespit etmeyi amaçlamışlardır. Sonuçlar çalışmadaki modelde yer alan değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki olduğunu göstermiştir.

Literatüre bir bütün olarak bakıldığında, ulaştırma altyapı harcamalarının doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkisini ele alan birçok çalışma olduğu görülmektedir. Çalışmayı, önceki çalışmalardan ayıran noktalar, yıl aralığının daha güncel olması, daha fazla ülkeyi kapsaması ve özellikle direkt olarak ulaştırma altyapı harcamalarının DYY üzerindeki etkisini ortaya koymasındır. Bununla birlikte, açıklayıcı değişken olarak enflasyon ve ekonomik büyüme değişkenleri modele dahil edilmiştir.

4. VERİ VE EKONOMETRİK YÖNTEM

4.1. Veri

OECD ülkelerinde ulaştırma altyapı harcamalarının doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkisini incelemek üzere 30 ülkenin 1997-2016 dönemi yıllık verileri panel veri yöntemiyle analiz edilmiştir. 1997 yılı öncesi verilere ulaşamadığı için bu yıl başlangıç yılı olarak alınmıştır. 2016 yılı ise, yine ulaştırma altyapı harcamaları verisinin son açıklandığı yıl olduğu için bitiş yılı olarak alınmıştır. Analize dahil edilen 30 OECD ülkesi; ABD, Almanya, Avusturalya, Avusturya, Çekya, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsrail, İsveç, İsviçre, İtalya, İzlanda, Japonya, Kanada, Kore, Macaristan, Meksika, Norveç, Polonya, Portekiz, Slovakya, Slovenya, Türkiye, Yeni Zelanda'dır. Verilerin elde edildiği kaynaklar aşağıdaki Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1: Verilerin Elde Edildiği Kaynaklar

Değişkenler	Açıklama	Kaynak
DYY	Doğrudan yabancı yatırımlar (% GSYH)	Dünya Bankası (WDI)
ENF	Enflasyon oranı (%)	Dünya Bankası (WDI)
BUY	GSYH'daki yıllık yüzde büyüme oranı (%)	Dünya Bankası (WDI)
ULASIM	Ulaştırma altyapı harcamalarının GSYH'ya oranı (%)	OECD (III)

ENF: Yıllık enflasyon oranını ifade etmekte ve ülkenin ekonomik istikrarını temsil eden bir değişken olarak modelde yer almaktadır. Yüksek enflasyon oranları ülkelerin ekonomik açıdan belirsizlik algısını arttırmaktadır. Bu nedenle, enflasyon değişkenine ait katsayının negatif işaretli çıkması beklenmektedir.

BUY: Yıllık GSYH büyüme oranını ifade etmektedir. Yabancı yatırımcılar yüksek satış miktarları ve ölçek ekonomisi avantajlarından faydalanabilmek amacıyla pazarı büyük olan ülkeleri tercih etmektedir. Dolayısıyla GSYH büyüme oranıyla doğrudan yabancı yatırımlar arasında pozitif bir ilişki beklenmektedir.

ULASIM: Ulaştırma altyapı harcamalarının GSYH'ya oranını ifade etmektedir. Altyapı harcamalarının altında yer alan ulaştırma altyapı harcamaları, doğrudan yabancı yatırımlar açısından önemli bir rol oynamaktadır. Kara, demir, deniz ve havayoluna yapılan altyapı harcamaları, maliyetleri düşürücü ve lojistik açıdan etkinliği sağlayacağından doğrudan yabancı yatırımlar üzerinde pozitif bir etki yapması beklenmektedir.

4.2. Ekonometrik Yöntem

Panel veri analizi, zaman boyutuna sahip yatay kesit veriler olan panel veriler kullanılarak ekonomik ilişkilerin tahmin edilmesi yöntemidir. Panel veri için oluşturulan model şu şekilde ifade edilebilmektedir;

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_{it}X_{it} + u_{it} \quad i=1, \dots, N ; t=1, \dots, T$$

Bu denklemde Y: bağımlı değişken, X_k : bağımsız değişkenler, α : sabit terim, β : eğim parametreleri ve u ise hata terimini temsil etmektedir. İ; birimleri (ülke, semt, birey), t; zamanı (gün, ay, yıl) göstermektedir. Değişkenlerin, parametrelerin ve hata terimi u'nun i ve t alt indisi taşıması, panel veri setine sahip olduklarını göstermekte ve sabit ve eğim parametreleri birimlere ve zamana göre değer almaktadır. u_{it} hata teriminin tüm birim ve zamanlar için bağımsız olduğu ve IDD (independent idiosyncratic disturbance) biçiminde dağılım gösterdiği varsayılmaktadır. Yatay kesit ve zaman serisi bileşimini içeren veri setlerinin kullanıldığı panel regresyon modelleri arasında; tek yönlü ve çift yönlü sabit etkiler ile rassal etkiler modeli, dinamik panel analizi ve GLS (genelleştirilmiş en küçük kareler) gibi birçok yöntem bulunmaktadır. Bu çalışmada, tek yönlü sabit etkiler ve rassal etkiler modeli kullanılmıştır.

Yapılan testler neticesinde birim veya zaman etkilerinin olduğu anlaşılmışsa, bu etkilerin sabit mi rassal mı olduğuna karar verilmesi gerekmektedir. Tanımlama hatasını sınamak için geliştirilen testlerden biri Hausman (1978) testidir. Birim etkilerin bağımsız değişkenlerle aralarında korelasyon olmadığı durumda tesadüfi etkiler modeli geçerlidir. Hausman testi bu bilgiye dayanarak rassal ve sabit etkiler tahmincilerinden hangisinin daha uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Rassal etkiler tahmincisinin geçerli olduğu şeklindeki temel hipotez, k serbestlik dereceli χ^2 dağılımına uyan istatistik yardımıyla test etmektedir. Hausman test istatistiği, genelleştirilmiş en küçük kareler ve grup içi tahmincinin varyans kovaryans matrislerinin arasındaki farktan yararlanılarak hesaplanmaktadır. Bu farkın sıfıra eşit olup olmadığı test edilmektedir. Parametreler arasındaki fark sistematik değilse rassal etkiler modelinin, sistematik ise sabit etkiler modelinin uygun olduğu sonucuna varılmaktadır.

Literatürde doğrudan yabancı yatırımların belirleyicilerini araştıran çalışmalarda birçok açıklayıcı değişkenin analize dahil edildiği görülmektedir. Analizlerde kullanılan tanımlamalar dikkate alınarak aşağıdaki model oluşturulmuştur;

$$DYY = f(ENF, BUY, ULASIM) \quad (1)$$

Modelde bağımlı değişken olarak Doğrudan yabancı yatırımlar/GSYH oranı (DYY), bağımsız değişkenler olarak ise; Enflasyon oranı (ENF), GSYH'daki yıllık yüzde büyüme (BUY) ve Ulaştırma altyapı harcamaları/GSYH (ULASIM) kullanılmıştır.

5. AMPİRİK BULGULAR

5.1. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Katsayıları

Tablo 2, 30 OECD ülkesi ve 1997-2016 dönemi için değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikleri göstermektedir.

Tablo 2: Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	DYY (%)	ULASIM (%)	BUY (%)	ENF (%)
Gözlem Sayısı	600	600	600	600
Ortalama	3.29e+10	1.04e+10	2.581112	3.340611
Std. Hata	6.95e+10	1.85e+10	3.038555	7.014728
Minimum	-2.99e+10	1.1069	-14.7244	-4.479938
Maksimum	7.34e+11	1.08e+11	25.55727	85.73324

Tablo 2’deki tanımlayıcı istatistiklere göre, 1997-2016 döneminde 30 OECD ülkesi için ortalama ulaştırma altyapı harcamalarının GSYH içerisindeki payı %1,04 seviyesinde gerçekleşmiştir. Ortalama değerlerle aynı dönemde doğrudan yabancı yatırımların GSYH içerisindeki payı ise %3,29 seviyesindedir. Ortalama büyüme hızı %2,58 ve ortalama enflasyon ise %3,34 oranında seyretmiştir.

Değişkenlere ait korelasyon matrisi sonuçları aşağıdaki Tablo 3’te görülebilmektedir.

Tablo 3: Değişkenlere Ait Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	DYY	ULASIM	BUY	ENF
DYY	1.0000			
ULASIM	0.4733	1.0000		
BUY	-0.0012	-0.1280	1.0000	
ENF	-0.0866	-0.1230	0.0701	1.0000

Tablo 3’te verilen korelasyon sonuçlarına bakıldığında, doğrudan yabancı yatırımlar ile ulaştırma altyapı harcamaları arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Ekonomik büyüme ve enflasyon değişkenlerinin ise doğrudan yabancı yatırım değişkeni ile negatif ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Doğrudan yabancı yatırımlarla en fazla etkileşim içinde olan değişkenin 0.4733 katsayısıyla ulaştırma altyapı harcamaları, en az etkileşime sahip değişkenin ise -0.0012 ile ekonomik büyüme oranı olduğu görülmektedir.

5.2. Panel Birim Kök Analizi

Regresyon analizinin yapılabilmesi için öncelikle değişkenlerin durağanlığının sınanması gerekmektedir. Serilerin durağanlığının sınanması için Levin, Lin ve Chu (2002), Harris-Tzavalis (1999), Breitung (2000) ve Hadri (2000) panel birim kök testleri uygulanmıştır. Aşağıdaki Tablo 4’te panel birim kök testi sonuçları verilmektedir. Birim kök testi sonuçlarına bakıldığında, tüm serilerin düzey değerde durağan olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	YÖNTEM							
	Levin, Lin ve Chu	Olasılık	Harris-Tzavalis	Olasılık	Breitung	Olasılık	Hadri	Olasılık
ULASIM	-1.4994*	0.062	0.7990**	0.055	-1.9462**	0.084	31.6900***	0.0000
DYY	-9.8720***	0.0000	0.4166***	0.0000	-7.8232***	0.0000	10.3049***	0.0000
BUY	-12.3694***	0.0000	0.2783***	0.0000	-8.8594***	0.0000	5.1863***	0.0000
ENF	-8.3168***	0.0000	0.8087**	0.073	-1.5899**	0.066	44.1194***	0.0000

Not: * %10, **%5 ve *** %1 anlamlılık seviyesini ifade etmektedir.

ULASIM (Ulaştırma altyapı harcamaları) değişkeni Levin, Lin ve Chu testine göre %10, Harris-Tzavalis ve Breitung testine göre %5 ve Hadri testine göre ise %1 anlamlılık düzeyinde durağandır. DYY (Doğrudan yabancı yatırımlar) ve BUY (GSYH yıllık yüzde büyümesi) değişkenleri tüm birim kök testlerine göre %1 anlamlılık düzeyinde durağandır. ENF (Enflasyon oranı) değişkeni ise Levin, Lin ve Chu ve Hadri panel birim kök testi sonuçlarına göre %1 ve Harris-Tzavalis ve Breitung panel birim kök testi sonuçlarına göre ise %5 anlamlılık seviyesinde durağandır.

Baltagi'ye (2008) göre, 20-30 yıldan fazla olan makro serilerde yatay kesit bağımlılık ve otokorelasyon önemli bir sorundur. Ancak çalışmada kullanılan panel veri 20 yıl olduğundan (mikro seri) yatay kesit bağımlılık ve otokorelasyon sorun olarak görülmemektedir.

5.3. Panel Veri Regresyon Analizi

Panel veri analizinde sabit etkiler modeli, yaygın olarak kullanılmakla birlikte istatistiksel özellikleri dolayısıyla da arzu edilen bir modeldir. Ancak, rassal etkiler modelinin sabit etkiler modeline göre daha tutarlı sonuçlar verdiği durumlarda rassal etkiler modeli kullanılmalıdır. Bu açıdan, aynı tutarlılık seviyesine sahip olsa da daha etkin olan tahminciyi tespit edebilmek için ki-kare dağılımına uyan Hausman testi uygulanmaktadır. Testin sonuçları çerçevesinde, rassal veya sabit etkiler modelinden hangisi daha etkinse o tahminci kullanılmalıdır. Hausman testinde rassal etkiler modelinden elde edilen katsayılar ile sabit etkiler modelinden elde edilen katsayıların aynı olduğunu gösteren H_0 boş hipotezinin reddedilmesi sabit etkiler modelinin, reddedilememesi ise rassal etkiler modelinin daha etkin olduğunu ortaya koymaktadır.

Regresyon analizinde, hata terimlerinde sabit varyanslılık (homoskedastisite) varsayımının sağlanması gerekmektedir. Bu amaca yönelik olarak, Wald'ın değişen varyans testi kullanılmıştır. H_0 hipotezinin reddedilmesi hata terimlerinin değişen varyansa sahip olduğunu göstermektedir. Test sonuçları aşağıdaki Tablo 5'de görülmektedir.

Tablo 5: Değişen Varyans Testi Sonuçları

Chi 2 (30)	32.60
Prob>chi2	0.3469

Test sonuçlarına bakıldığında, olasılık değerinin 0.05'ten büyük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, H_0 hipotezi kabul edilmekte ve modelde değişen varyans sorununun olmadığı ifade edilebilmektedir.

Tablo 6: Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Açıklayıcı Değişkenler	Rassal Etkiler	Sabit Etkiler
Sabit Terim	1.63e+10*	1.89e+10***
ULASIM	1.356185***	1.110359***
BUY	1.14e+09*	1.13e+09*
ENF	-1.65e+08	-1.68e+08
R ²	0.2285	0.2283
F testi		4.85, prob=(0.0000)
Hausman testi (prob.)		0.03

Not: *** %1, **%5 ve *%10 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

Modelden elde edilen bulgular, her iki tahminci için de (SE, RE) ULASIM (Ulaştırma altyapı harcamaları) değişkeninin %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve DYY'ları pozitif etkilediğini göstermektedir. BUY değişkeni ise, tüm tahmin yöntemlerinde %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olup, DYY'ları pozitif yönde etkilemektedir. ENF (Enflasyon oranı) değişkeni ise hiçbir tahmin yönteminde istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bununla birlikte, iki alternatif tahminci arasında hangi tahmincinin daha üstün olduğunu belirlemek Hausman testi gerçekleştirilmiştir. Modelde rassal etkilerin olmadığı ve sabit etkiler tahmincisinin daha etkin sonuçlar verdiği ifade edilebilmektedir.

Çalışma çerçevesinde tahmin edilen modelde açıklayıcı değişkenlerin doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkisi araştırılmış ve genel bulgular elde edilmiştir. Doğrudan yabancı yatırımları açıklaması olası değişkenlerden ULASIM ve BUY'un her iki tahminci için de anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, ulaştırma altyapı harcamalarında ve ekonomik büyümede meydana gelen artışların doğrudan yabancı yatırımları arttırdığı görülmüştür. ENF değişkeni ise her iki tahminci için de anlamsız olduğundan model dışında bırakılmıştır. Bireysel etkinin rassal olup olmadığını belirlemek için kullanılan Hausman test istatistiği istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş ve sabit etkiler modelinin daha tutarlı sonuçlar verdiği anlaşılmıştır.

SONUÇ

Altyapı harcamaları, ülkelerin gelişmişlik düzeylerini belirlemekte ve ekonomi politikalarının bir aracı olarak kullanılabilir. Küreselleşme süreciyle birlikte dünya dış ticaret hacminin yükselmesi, özellikle ulaştırma altyapı harcamalarının önemini arttırmaktadır. Ülkeler ulaştırma altyapı harcamalarıyla birlikte lojistik açıdan zaman tasarrufu ve erişim kolaylığı sağlayacak yatırımlara yönelmekte ve bu yatırımlar da ülkeleri dış ticarete bir adım öne çıkarmaktadır. Ulaştırma altyapıları daha gelişmiş olan ülkeler ticaretin önemli bir ayağı olan lojistik maliyetlerini minimuma indirebilmekte ve dış ticarete daha avantajlı bir konuma gelmektedir. Dış ticarete avantajlı konumda olan ülkeler, daha yüksek ekonomik büyüme oranları yakalayabilmekte ve doğrudan yabancı yatırımları daha fazla çekebilmektedir. Bu açıdan, çalışmada ulaştırma altyapı harcamalarının doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkisi 30 OECD ülkesinde 1997-2016 dönemi için incelenmiştir. Ulaştırma altyapı harcamaları, ekonomik büyüme ve enflasyonun bağımsız, doğrudan yabancı yatırımların ise bağımlı değişken olarak kullanıldığı modelde panel veri analizi uygulanmıştır. Analiz dengeli bir panelden olduğundan, serilerin durağanlığı dört ayrı panel birim kök testiyle sınanmıştır. Ardından en etkin regresyon tahmincisinin seçimi için Hausman testi uygulanmış ve sabit etkiler tahmincisinin daha etkin olduğu anlaşılmıştır.

Çalışmadan elde edilen bulgular, her iki tahminci için de (Sabit etkiler ve Rassal etkiler) ulaştırma altyapı harcamaları ile doğrudan yabancı yatırımlar arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, ekonomik büyüme

oranındaki artışların doğrudan yabancı yatırımları arttırdığı ve enflasyon oranının ise doğrudan yabancı yatırımları etkilemediği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, ulaştırma altyapısının gelişmesi ülkelerin lojistik açıdan erişilebilirlik seviyesini arttırmakta ve dış ticaretten daha fazla pay almalarını sağlayabilmektedir. Dış ticarete daha avantajlı olan ülkeler, doğrudan yabancı yatırımlar için daha cazip hale gelmektedir. Bu bağlamda, ulaştırma altyapı harcamalarının doğrudan yabancı yatırımları ve dolayısıyla ekonomik büyüme ve kalkınmayı uyardığı ve dolayısıyla ülkelerin ekonomi politikalarında belirleyici bir faktör olduğu ifade edilebilmektedir.

Konuyla ilgili olarak gelecekte yapılacak çalışmalarda, ulaştırma altyapı harcamalarının doğrudan yabancı yatırımlar üzerindeki etkisinin diğer panel veri yöntemlerinin de kullanılarak analiz edilmesi önerilmektedir. Ayrıca, modele başka değişkenlerin eklenmesi de modelin açıklama gücünü yükseltecektir. Bu çerçevede hem kullanılan yöntemler arasındaki farklar hem de farklı değişkenlerin etkilerinin ortaya konulması mümkün olabilir.

ETİK BEYAN VE AÇIKLAMALAR

Etik Kurul Onay Bilgileri Beyanı

Çalışmamız deneysel olmadığından ve 2020 yılı öncesi elde edilen verilerle gerçekleştirildiğinden dolayı, Etik Kurul Onay bilgisi bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Yazarların çalışmaya olan katkıları eşittir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Achour, H. ve Belloumi, M. (2016). Investigating the Causal Relationship Between Transport Infrastructure, Transport Energy Consumption and Economic Growth in Tunisia. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 56, 988–998. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1016/j.rser.2015.12.023>
- Agbelie, B. R. D. K. (2014). An Empirical Analysis of Three Econometric Frameworks for Evaluating Economic Impacts of Transportation Infrastructure Expenditures Across Countries. *Transport Policy*, 35, 304–310. Erişim adresi: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2014.06.009>
- Allen, T. ve Arkolakis, C. (2016). *The Welfare Effects of Transportation Infrastructure Improvements*. Erişim adresi: http://www.econ.hit-u.ac.jp/~cces/trade_conference_2016/paper/treb_allen.pdf
- Ayaydın, H. (2010). Doğrudan Yabancı Yatırımlar ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 133-145.
- Azolibe, C. B., Okonkwo, J. J. ve Adigwe, P. K. (2020). Government Infrastructure Expenditure and Investment Drive in an Emerging Market Economy: Evidence from Nigeria. *Emerging Economy Studies*, 6(1), 61–85.
- Baltagi, B. (2008). *Econometric Analysis of Panel Data*. New York: John Wiley & Sons.
- Bayraktutan, Y. (1992). Kalkınma ve Altyapı. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 47(3), 83–94.
- Breitung, J. (2000). The Local Power of Some Unit Root Tests for Panel Data. *Advances in Econometrics*, 15, 161-178.
- Crafts, N. (2009). Transport Infrastructure Investment: Implications for Growth and Productivity. *Oxford Review of Economic Policy*, 25(3), 327–343.
- Crescenzi, R., Di Cataldo, M. ve Rodríguez-Pose, A. (2016). Government Quality and the Economic Returns of Transport Infrastructure Investment in European Regions. *Journal of Regional Science*, 56(4), 555–582.
- Ercan, M. K. (2001). Doğrudan Yabancı Yatırımlar ile Ülkenin Kalkınmışlığı ve Krizler Arasındaki İlişki. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 81–92.
- Hadri, K. (2000). Testing for Stationary in Heterogenous Panel Data. *Econometrics Journal*, 3(2), 148-161.
- Harris, R. ve Tzavalis, E. (1999). Inference for Unit Roots in Dynamic Panels Where the Time Dimension is Fixed. *Journal of Econometrics*, 91(32), 201-226.
- Hausman, J. A. (1978). Specification Test in Econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251-1271.
- Kara, M. A. ve Çiğercioğlu, O. (2018). Türkiye Ekonomisinde Ulaşım Altyapısının Ekonomik Büyümeye Etkisi. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 17(2), 577–591.
- Kara, M. A. ve Taş, S. (2012). Ulaştırma ve Haberleşme Altyapısının Bölgesel Kalkınmaya Katkısı ve Türkiye Üzerine Bir Uygulama. *Maliye Dergisi*, 163(1), 468–480.
- Karagöz, K. (2007). Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırım Girişlerini Belirleyen Faktörler: 1970-2005. *Journal of Yaşar University*, 2(8), 929–948.
- Karluk, S. R. (2002). *Uluslararası Ekonomi: Teori ve Uygulama*. İstanbul: Beta.
- Khadaroo, A. J. ve Seetanah, B. (2010). Transport Infrastructure and Foreign Direct Investment. *Journal of International Development*, 22(1), 103–123.
- Khadaroo, J. ve Seetanah, B. (2008). The Role of Transport Infrastructure in International Tourism Development: A Gravity Model Approach. *Tourism Management*, 29(5), 831–840. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.09.005>
- Kılıçbay, A. (1990). *İktisadi Planlama*. İstanbul: İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayınları.
- Levin, A., Lin, C. ve Chu, S. (2002). Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite-Sample Properties. *Journal of Econometrics*, 108(1), 1-24.
- Mike, F. ve Oransay, G. (2015). Altyapı ve İnovasyon Değişimlerinin Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerine Etkisi: Türkiye Üzerine Ampirik Bir Uygulama. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(12), 372–381.
- Moosa, I. A. (2002). *Foreign Direct Investment Theory, Evidence and Practice*. Durham: Antony Rowe Ltd.

- Özcan, B., ve Arı, A. (2010). Doğrudan Yabancı Yatırımların Belirleyicileri Üzerine Bir Analiz: OECD Örneği. *Ekonometri ve İstatistik*, 0(12), 65–88.
- Pereira, A. M., ve Andraz, J. M. (2005). Public Investment in Transportation Infrastructure and Economic Performance in Portugal. *Review of Development Economics*, 9(2), 177–196.
- Saray, M. O. (2011). Doğrudan Yabancı Yatırımlar - İstihdam İlişkisi: Türkiye Örneği. *Maliye Dergisi*, 161(2), 381–403.
- Shahrudin, N., Yusof, Z. ve Satar, N. M. (2010). Determinants of Foreign Direct Investment in Malaysia: What Matters Most? *International Review of Business Research Papers*, 6(6), 235–245.
- Talley, W. (1996). Linkages Between Transportation Infrastructure Investment and Economic Production. *Logistics and Transportation Review*, 32(1), 145–154.
- Wijaya, A. G., Astuti, D., Tarigan, Z. J. H. ve Edyanto, N. (2020). Determinants of Foreign Direct Investment in Indonesia “Evidence from Co-Integration and Error Correction Modeling.” *SHS Web of Conferences*, 76. 01002
- Zeren, F. ve Ergun, S. (2010). AB’ye Doğrudan Yabancı Yatırım Girişlerini Belirleyen Faktörler: Dinamik Panel Veri Analizi. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 67–83.



Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi
Kastamonu University Journal of Faculty of Economics and
Administrative Sciences

Haziran 2021 Cilt: 23 Sayı:1
iibfdergi@kastamonu.edu.tr

Başvuru Tarihi / Received: 28.10.2020
Kabul Tarihi / Accepted: 26.06.2021
DOI: iibfdkastamonu.817596

Tam Rekabetçi Piyasa Deneyimleri Üzerine Bir Bakış

Mustafa AKAL¹, Mehmet Fırat OLGUN²

Öz

Mikroekonomi teorisinde birçok model tam rekabetçi piyasa yapısı üzerine kuruludur. Tam rekabet piyasasının gerçekte var olup olmadığı ise tartışılan bir konudur. Genellikle tam rekabet piyasası gerçek yaşamda karşılaşılmayan bir piyasa olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmada Neo-Klasik Teori'nin yapıtaşı niteliğinde olan tam rekabetçi piyasaların oluşup oluşmadığı üzerine literatür derlenmiştir. Bir piyasanın tam rekabetçi piyasaya uygunluğu araştırılmış; ortaya çıkışı, kriterlere uygunluğu ve teknik olarak ölçümleri üzerinde durulmuştur. Yapılan çalışmalarda mal ve hizmetlerin piyasa yapısını belirlemek için yoğun bir şekilde Panzar-Rosse yöntemine başvurulduğu görülmüştür. Özellikle bankacılık sektöründe sıklıkla kullanılan bu yöntem, H istatistiğinin hesaplanmasına dayanmaktadır. Hesaplanan H değerinin 1 veya 1' en büyük olması piyasanın tam rekabetçi bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. İncelenen çalışmalarda bazı ülkelerde başta bankacılık olmak üzere, sigorta ve sigara piyasalarında tam rekabetçi bir piyasa yapısı bulunmaktadır. Öte yandan son dönemlerde hızla gelişen ve tam rekabet piyasa yapısına en uygun sektör olduğu düşünülen e-ticaret sektörünün de tam rekabete yakın bir piyasa yapısına sahip olduğu görülmüştür. Tam rekabet piyasası (olgunlaşması), özetle; bankacılık, yatırım şirketleri, mortgage (ipotek) sektörü e-ticaret ve sigorta hizmetlerinde, otomobil ve hafif ticari araç ve dondurulmuş balık piyasasında görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Piyasalar, Tam Rekabet, Kriterler, Ölçüm Teknikleri.

Jel Kodu: D4, D41, L1, L19

A Review on Perfectly Competitive Markets Experiences

Abstract

In microeconomics theory, many models are based on a perfectly competitive market structure. Whether the perfect competition market actually exists is discussed as an issue. Generally, a perfectly competitive market is considered a market that is not encountered in real life. In this study, the perfectly competitive markets which is the basis of Neo-Classical theory, is reviewed. A market's suitability for a perfectly competitive market was investigated; its emergence, compliance with criteria and technical measurements were studied. It has been observed that the Panzar-Rosse method is used extensively to determine the market structure of goods and services. This method, which is frequently used in the banking sector, is based on the calculation of H statistics. The fact that a calculated H value is equal to or greater than 1 indicates that the market has a perfectly competitive structure. In the studies examined, there is a perfectly competitive market structure in some countries, especially in banking, insurance and cigarette markets. On the other hand, it has been observed that the e-commerce sector, which has recently developed rapidly and is considered to be the most suitable sector for perfect competition market structure, has a market structure close to full competition. In summary; Perfect competition (maturation) has been observed in banking, investment companies, mortgage sector, e-commerce and insurance services, automobile and light commercial vehicle and frozen fish market.

Keywords: Markets, Perfect Competition, Criteria, Determination Techniques.

Jel Codes: D4, D41, L1, L19

¹ Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü, İktisat Teorisi, Sakarya, Türkiye. **E-posta:** akal@sakarya.edu.tr **Orcid no:** 0000-0002-0504-100X

² **Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** Öğr. Gör., Kastamonu Üniversitesi, Rektörlük, Teknoloji Transfer Ofisi, Kastamonu, Türkiye. **E-posta:** mfolgun@kastamonu.edu.tr **Orcid no:** 0000-0002-2728-0714.

Extended Abstract

Introduction

The environments that prepare the ground for the cluster of producer and consumer are called markets. Markets; considering factors such as the number of producers and consumers, whether the goods are homogenous or not, and barriers to entry and exit to the market, they are basically division perfect competition and imperfect competition markets. A perfect competition market is a market where competition between producer and consumer is provided in an ideal way. There are very strict assumptions for a market to have a perfectly competitive market structure. These assumptions: i) There are many producers. ii) There are many consumers (atomisite). iii) No matter how much the producer produces, the producer cannot have an impact on the price (price taker). iv) No matter how much the producer produces, consumer cannot have an impact on the price. v) The products are homogeneous. vi) There are no market entry and exit barriers. vii) The producer and consumer have full knowledge of market conditions and price. The same assumptions apply to a perfectly competitive factor market. In the factor market, the goods are replaced by factors of production; producers are replaced by those that supply factors and consumers are replaced by companies that demand factors of production. Perfect competition, which is an important assumption in modeling in economic theory, is strongly criticized.

Method

In this study, whether perfectly competitive markets which are at the core of Neo-Classical theory is reviewed. Most of the studies reviewed are based on determining the market structure using certain methods. These methods: Panzar-Rosse (P-R), Herfindahl-Hirschman Index (HHI), Bresnahan-Lau, Concentration Ratio (CR_n) ve Hall-Roeger methods. P-R approach analyzes the effect of change in input prices on output. This method, which is frequently used especially in the banking sector, is based on the calculation of H statistics. If the calculated H value is 0, it shows the monopoly market structure; if H value is between 0 and 1, then the market has the monopolistic competition structure; if it is 1 or greater than 1 indicates that the market has a perfectly competitive structure. The key parameter of the Bresnahan-Lau model, another model, is that it tests market strength for an average firm. An important advantage of the model is that it can be analyzed with industry data without using firm-level data. In the model, the market price and quantity are obtained from the intersection of supply and demand. Consumers are assumed as price takers. The producer is a price taker in perfect competition and not price taker in imperfect competition. In this index, λ indicates market power. $\lambda = 0$, perfect competition, $\lambda = 1$ monopoly, λ between 0 or 1 indicates oligopoly market. The Hall-Roeger method used to measure market power was proposed by Hall (1988) and developed by Roeger (1995). Hall (1988) used Solow residuals to test whether price and marginal cost equality were achieved and to determine market power. He investigated that in the absence of market power, the change in the output should remain the same independently. In both articles, deviations between price and marginal cost have been tried to be explained. In perfect competition, production-based (primal) and cost-based (dual) productivity are highly (almost equally) correlated. The main contribution of Roeger (1995) is to show how the differences between the production-based (primal) Solow residual and the cost-based (dual) Solow residual can remove unobservable productivity shocks in order to obtain an unbiased estimate of market power. Another approach CR_n is defined as the sum of the market shares of the first n companies with the largest share in the market. In studies, the value of n is generally taken as 4 or 8 because data can be collected easily. Therefore, the method is frequently used in the literature. If CR_n value is 0, the market has a perfectly competitive structure; between 0-40 means monopolistic competition; 40-60 low oligopoly market structure; 60-90 strong oligopoly market structure; >90 monopoly market structure. This index has been criticized for considering only a limited number of firms (4 or 8) without considering other firms in the market and for oversimplifying the significant differences in market forces of the n largest firms. The HHI index is an index that measures industry concentration comprehensively. The index is not affected by the number and size of businesses. Therefore, the index is able to accurately assess the scale of the industry deficit and the gap between industry scales, clearly reflecting changes in market concentration and scale. HHI value between 0-0.20 indicates a lower concentration and perfect competition; a medium concentration and monopolistic competitive market with a value between 0.20-0.40; its value between 0.40-1 indicates that it is an intense and non-competitive oligopolistic market asset. When market shares are expressed as a percentage, the HHI index takes values in the range of 0-10.000. An index value of <1500 indicates a low intensity and perfectly competitive market, 1500-2500 medium intensity and monopolistic competition market structure, >2500 an intense and non-competitive oligopolistic competition structure, and 10000 indicates a monopolistic market structure.

Result and Discussion

In the studies examined, it was seen that there was a perfectly competitive market structure in some countries, especially in banking, insurance, and cigarette markets. On the other hand, it has been observed that the e-commerce sector, which has recently developed rapidly and is considered to be the most available sector for perfect competition market structure, has a market structure close to full competition. In summary, perfect competition market (development) has been observed in banking, investment companies, mortgage sector, e-commerce and insurance services, automobile and light commercial vehicle, and frozen fish market.

However, as emphasized by Korkmaz (2010), empirical approaches to determine the degree of competition in a sector calculate the degree of competition based on the difference between market price and marginal cost (market power). These conditions are valid if other assumptions of the perfect competition market are valid. Therefore, it would be more consistent with calling this estimated degree of competition as a "conditional competition degree" instead of perfect competition market. Because for a market to be a perfectly competitive market, all of the assumptions of a perfect competition market have to be met. While the techniques used to measure the market structure are a necessary condition for determining perfect competition in a market, if one or more of the perfect competition assumptions are not valid, it is insufficient to determine the existence of a perfectly competitive market with these approaches.

GİRİŞ

Alıcı ve satıcıların karşılaşmasına zemin hazırlayan her ortam piyasa tanımı içerisinde yer almaktadır. Bir malın fiyatı, arz ve talebin kesiştiği noktada oluşmaktadır (Bulmuş, 2008:241). Piyasalar; alıcı-satıcı sayısı, malın homojen olup olmaması, piyasaya giriş-çıkış engelleri gibi faktörler dikkate alınarak temelde tam rekabet ve eksik rekabet piyasaları olarak ayrılmaktadır. Tam rekabet piyasası, alıcı ve satıcılar arasında rekabetin en ideal bir biçimde sağlandığı piyasadır. Bu piyasa yapısına gerçek hayatta çok fazla rastlanmaz (Bilgili, 2011:371-372). “*Girişimciler sermaye yetersizliği nedeni ile kârlı gördükleri her alanda faaliyette bulunamazlar*”. Piyasanın rekabetçi yapısındaki bozulmalar piyasanın etkinliğini geçersizleştirmekte ve piyasa başarısız olmaktadır (Öztürk ve Bayraktar, 2009:91).

Bir piyasanın tam rekabet piyasa yapısına sahip olabilmesi için çok sıkı varsayımlar bulunmaktadır. Bu yüzden gerçek dünyada bir tam rekabet piyasası bulmak oldukça güçtür. Ekonomi teorisinde model oluşturulmasında önemli bir varsayım olan tam rekabet güçlü bir şekilde eleştirilmektedir. Mikro İktisat’ın yapıtaş niteliğinde olan tam rekabet piyasasının gerçek hayatta var olup olmadığını araştırmak için bu çalışmada tam rekabet piyasasına yönelik literatürde yapılmış çalışmalar incelenmiştir. İncelenen çalışmaların çoğunluğu belirli yöntemler dahilinde piyasa yapısının belirlenmesine dayanmaktadır.

Piyasa yapısının belirlenmesinde piyasalara özgü varsayımlar bulunmaktadır. Tam rekabet piyasası varsayımları ise şunlardır: i) *Çok sayıda üretici vardır.* ii) *Çok sayıda alıcı vardır.* iii) *Üretici ne kadar fazla üretirse üretilen fiyat üzerinde etkili olamamaktadır.* iv) *Tüketici ne kadar fazla talep ederse üretilen fiyatı kontrol edememektedir.* v) *Üretilen ürünler tıpatıp aynıdır.* vi) *Piyasaya giriş ve piyasadan çıkış engelleri bulunmamaktadır.* vii) *Üretici ve tüketici, piyasa şartları ve fiyat hakkında tam bilgiye sahiptir* (Ferrer, 2013:270). Aynı varsayımlar tam rekabetçi bir faktör piyasası için de geçerlidir. Faktör piyasasında malın yerini faktör, satıcıların yerini faktör arz edenler, alıcıların yerini ise faktör talep eden firmalar almaktadır.

Çalışmada, kavramsal çerçeveye değinildikten sonra tam rekabet piyasa yapısının ölçülmesinde kullanılan Panzar-Rosse, Bresnahan-Lau, Hall-Roeger, Yoğunlaşma Oranı ve Herfindahl-Hirschman Endeksi yöntemleri ele alınmıştır. Ardından literatür taraması verilmiştir. Son olarak yapılan çalışmalar hakkında değerlendirmeler yapılmıştır.

1. REKABET ÖLÇÜM YÖNTEMLERİ

Bu kısımda pazar gücü ölçülmesinde sıklıkla kullanılan Panzar-Rosse Yöntemi ve H değeri, Bresnahan-Lau Yöntemi, Hall-Roeger Yöntemi, Yoğunlaşma Oranı (CR_n) ve Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI) üzerinde durulacaktır.

1.1. Panzar-Rosse Yöntemi ve H değeri

Panzar-Rosse (P-R) yöntemi, oligopolistik, rekabetçi ve monopolistik piyasa yapısının ölçülmesinde kullanılan bir yöntemdir. P-R yaklaşımı, girdi fiyatlarındaki değişimin çıktı üzerindeki etkisini analiz etmektedir. Bu yaklaşımdan türetilen H istatistiği, firmaların toplam gelirinin girdi fiyatları esnekliğine dayanmaktadır; temel varsayım ise girdi fiyatlarındaki değişimler nedeniyle gelirlerini artırmak isteyen firmalar, stratejilerini değiştirebilmektedir (Camino-Mogro, 2019). Firma gelirlerinin girdi esnekliği tam rekabet piyasasında, piyasaya giriş serbest ve teknoloji serbestçe uygulanabilir.

Firmanın gelir fonksiyonu;

$$R = R(y, z) \quad (1)$$

Firmanın maliyet fonksiyonu;

$$C = C(y, w, t) \quad (2)$$

Firmanın kar fonksiyonu ise;

$$\pi = R - C = \pi(y, z, w, t) \quad (3)$$

Denge fiyatı P^C ve firma çıktı seviyesi y^C olarak tanımlanmıştır. Denge durumunda;

$$P^C - C_y(y^C, w, t) = 0 \quad (4)$$

$$P^C y^C - C(y^C, w, t) = 0 \quad (5)$$

$$\Psi^C = \sum (w_i / R^C) (\partial R^C / \partial w_i) = 1 \quad (6)$$

Ψ , piyasa yapısını göstermektedir. Ψ değerinin 1'e eşit olması tam rekabet piyasasına işaret etmektedir. Ψ^C , Cobb-Douglas tipi üretim fonksiyonundan hareketle firma karına dayanarak hesaplanmaktadır ve faktör fiyatlarındaki oransal artışın etkisini ölçmektedir. Ortalama maliyet eğrisi ücretler için doğrusal homojendir. Tüm faktör fiyatları %1 arttığında ortalama maliyet eğrisi yukarı kayacaktır. Denge noktasında P^C , ortalama maliyeti minimum noktada kesmektedir. Bu durumda denge gelir seviyesi %1 artacaktır (Panzar ve Rosse, 1987).

Tablo 1: Panzar-Rosse H değeri

Tahmin edilen H değeri	Endüstri dengesi / Rekabet çerçevesinde
$H \leq 0$	Monopol H, talep esnekliğinin azalan bir fonksiyonudur
$0 < H < 1$	Monopolistik rekabet dengesi H, talep esnekliğinin artan bir fonksiyonudur
$H=1$	Tam rekabet Giriş serbest. Tam kapasite kullanımı.

Kaynak: Panzar ve Rosse (1987:453); Vesala (1995:59).

1.2. Bresnahan-Lau Yöntemi

Model, Bresnahan (1982) ve Lau (1982) tarafından ortaya atılmıştır. Bu modelin anahtar parametresi, ortalama bir firma için pazar gücünü test etmesidir. Modelin önemli bir avantajı firma verileri kullanılmadan endüstri verileriyle analiz yapılabilmesidir (Shaffer, 1993). Modelde piyasa fiyatı ve miktar, mal arz ve talebinin kesişmesinden elde edilmektedir. Tüketici fiyat alıcı olarak varsayılmaktadır. Üretici ise tam rekabette fiyat kabul eden, eksik rekabette ise fiyat alıcı olmayan konumdadır. Tüketiciler tipik bir talep fonksiyonuna sahiptir:

$$Q = D(P, Y, \alpha) + \epsilon \quad (7)$$

Q miktar, P fiyat, Y egzojen değişken, α tahmin edilecek talep parametrelerini, ϵ ise ekonometrik hata terimini göstermektedir. Üreticilerin fiyat alıcı olduğu durumda, fiyat marjinal maliyete eşit olur ($P=MC$) ve

$$P = c(Q, W, \beta) + \eta \quad (8)$$

şeklini alır. W arz açısından egzojen değişkenleri, β arz fonksiyon parametreleri ve η arz hatasını göstermektedir. Eğer üretici fiyat alıcı değilse marjinal maliyet algılanan marjinal gelire eşit olur ($P=MR_p$) ve bu durumda fiyat,

$$P = c(Q, W, \beta) - \lambda h(Q, Y, \alpha) + \eta \quad (9)$$

şeklini alır. Sonuçta $P+h()$ marjinal gelir, $P+\lambda h()$ ise firma tarafından algılanan marjinal gelire eşit olur. Yani $h()$ 'in içinde marjinal geliri (MR) etkileyen α talep parametresi ve dışsal değişkenler (Y) yer alır. Bu durumda beklenti değişim katsayısı; λ market gücünün derecesini gösterir. $\lambda = 0$, ise tam rekabet $\lambda = 1$ ise monopol, $\lambda 0$ ile 1 arasında değer alması ise oligopol piyasa olduğunu göstermektedir (Bresnahan, 1982; Demirel ve Hatırlı, 2014:111). Bresnahan modelinde kâr maksimizasyonu aracı marjinal maliyet (MC)= Algılanan Marjinal Gelir (MR_p) olup sonuçta tam rekabette MR_p = Talep Fiyatı, tam ihtilaf/kartel (veya tekel)'de MR_p = Sektörel Marjinal Gelire eşit olur.

1.3. Hall-Roeger Yöntemi

Tam rekabette fiyat ve marjinal maliyet eşitliği kaynakların dağılımında etkinliğin temel ilkesidir. Monopol ve oligopol piyasa dengesinde fiyat marjinal maliyeti aşar. Piyasa gücünün ölçülmesinde kullanılan bu yöntem, Hall (1988) tarafından önerilmiş ve Roeger (1995) tarafından geliştirilmiştir. Hall (1988), fiyat ve marjinal maliyet eşitliğinin sağlanıp sağlanmadığını test etmek ve piyasa gücünü belirlemek için Solow kalıntılarından faydalanmıştır. Piyasa gücünün olmadığı durumda çıktıdaki değişikliğin bağımsız olarak aynı kalması gerektiğini araştırmıştır. Her iki makalede de fiyat ile marjinal maliyet arasındaki sapmalar açıklanmıştır.

Bu sapmaları Hall (1988:921-922) piyasa gücünün verimlilik üzerine olan etkisini dikkate alarak yedi endüstride geliştirdiği bir test metodu ile fiyat, ürün miktarı, kullanılan üretim faktörü miktarı ve fiyat verilerini kullanarak test etmiştir. Birleşik hipotez olan “ölçeğe sabit getiri ve tam rekabet” hipotezinin kabulü için Solow artığının diğer bütün değişkenlerden bağımsız olması gerektiği önerisini geliştirmiştir (Hall, 1988:924). Solow artığının egzojen değişkenlerle (ne verimliliğe ne de verimlilikte kayma parametresinde değişikliğe neden olan; askeri harcamalar, dünya petrol fiyatı, iktidar partisi vb.) ilişki göstermesi tam rekabetin ve ölçeğe sabit getirinin olamayacağı yönünde yorumlanmıştır. Alternatif hipotez olarak da sermaye stoğu sabit varsayılarak market gücü (P/MC) ölçülmüştür. Ölçeğe sabit getiri durumunda Solow artığının egzojen değişkenlerle pozitif ilişkili göstermesi market gücünün ($P \geq MC$) oluştuğunu göstermiştir (Hall, 1988:928). Diğer taraftan market gücünün olmadığı ($P=MC$) durumu da Solow artığı, ölçeğe artan getiri durumunda araç değişkenlerle pozitif, ölçeğe azalan getiri durumunda ise negatif yönde ilişkili olmalıdır hipotezi geliştirilerek test edilmiştir. Geliştirilen bu testlerle birlikte Hall (1988) market gücünü test etmede literatüre önemli bir katkı sağlamış olmanın yanında yöntemini test ettiği Amerikan endüstrilerinde tam rekabetçi market yapısını red eden, market gücünün varlığını kabul eden sonuçlara ulaşmıştır.

Tam rekabette üretim-temelli (primal) ve maliyet-temelli (dual) verimlilik yüksek seviyede (neredeyse eşit) ilişkilidir. Roeger (1995)'un temel katkısı üretim-temelli (primal) Solow kalıntısı ve maliyet-temelli (dual) Solow kalıntısı arasındaki

farklılıkların piyasa gücü tahmininde sapmasız tahmin elde edebilmek için gözlenemeyen verimlilik şoklarının etkisini nasıl yok edebileceğini göstermesidir. ABD imalat sanayi üzerine yaptığı çalışmasından elde edilen bulgular eksik rekabet piyasasının önemli bir mark-up gücüne sahip olmakla birlikte primal ve dual verimlilik ölçümlerinin farkını %90 oranında açıkladığını göstermiştir. Dolayısıyla, sapmaların nedeni eksik rekabet olmaktadır. Bu da Hall'in bulduğu piyasa gücünün varlığını ($P > MC$) desteklemektedir. Roeger (1995:320), fiyat tabanlı Solow artığını mal fiyat değişim ile girdi fiyat değişimlerinin ağırlıklı ortalaması farkıyla ifade etmiştir.

1.4. Yoğunlaşma Oranı (CR_n)

CR_n , pazardaki en büyük paya sahip ilk n firmanın pazar paylarının toplamı olarak tanımlanmaktadır. CR_n , çalışmalarda n değeri genellikle 4 ya da 8 olarak alındığı için verileri kolay toplanabilmektedir. Bu yüzden yöntem literatürde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu endeks, pazardaki diğer firmaları dikkate almadan sadece sınırlı sayıdaki (4 veya 8) firmaları dikkate almasından dolayı ve n tane en büyük firmanın pazar güçlerindeki önemli farklılıkları aşırı basitleştirdiğinden dolayı eleştirilmektedir (Ye ve diğerleri, 2009).

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i \quad (10)$$

n , pazardaki firma sayısını, i , pazardaki i . firmayı, S ise ele alınan firmaların toplam pazar payını göstermektedir.

Tablo 2: CR_4 Rekabet Düzeyi

CR_4 (%)	Rekabet Düzeyi
0	Tam Rekabet
0-40	Etkili Rekabet ya da Monopolistik Rekabet
40-60	Düşük Oligopol
60-90	Güçlü Oligopol
90 >	Monopol

Kaynak: Naldi ve Flamini (2014); Abidin ve Mohamad-Nor (2016).

1.5. Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI)

HHI endeksi, Hirschman ve Herfindahl isimli iki iktisatçı tarafından bağımsız olarak geliştirilmiştir. Albert O. Hirschman 1945 yılında yayınlanan “Ulusal Göç ve Dış Ticaretin Yapısı (National Power and the Structure of Foreign Trade)” isimli kitabında ilk defa bu endeksi önerirken, Herfindahl “Birleşik Devletler Çelik Sanayiinde Yoğunlaşma (Concentration in the US Steel Industry)” başlıklı yayınlanmamış doktora tezinde kullanmıştır (Naldi ve Flamini, 2014).

HHI endeksi, endüstri yoğunlaşmasını kapsamlı bir şekilde ölçen bir endekstir. Endeks işletmelerin sayısı ve büyüklüğünden etkilenmez. Bu yüzden endeks, pazar yoğunlaşmasındaki ve ölçeğindeki değişiklikleri açıkça yansıtan endüstri açığındaki ölçeği ve endüstri ölçekleri arasındaki açığı doğru bir şekilde değerlendirebilmektedir (Lu ve diğerleri, 2017).

HHI endeksi denklem (11)'de tanımlanmıştır.

$$HHI = \sum_{i=1}^n (s_i)^2 \quad (11)$$

Denklem (11)'de n, pazardaki firma sayısını, i şirketi, s ise firmaların pazar paylarının karesini ifade etmektedir. HHI'nin pozitif değerler alacağı açıkça görülmektedir. Pazar payları kesirsel olarak ifade edilirse s_i 0 ile 1 arasında değerler alacaktır ($0 < s_i \leq 1, \forall i$). Pazar payları yüzdesel olarak ifade edilirse s_i 0 ile 100 arasında değerler alacaktır ($0 < s_i \leq 100, \forall i$). Böylece, $0 < HHI \leq 10000$ eşitliğini elde edilir (Naldi ve Flamini, 2014). HHI değerinin 0-0.20 arasında olması düşük yoğunluklu ve tam rekabetçi bir piyasa; 0.20-0.40 arası değeri orta yoğunluklu ve monopolcü rekabetçi bir piyasa; 0.40-1 arası değeri ise yoğun ve rekabetçi olmayan oligopolcü bir piyasa varlığına işaret etmektedir (Karakaya ve diğerleri, 2018). HHI endeks değerine göre rekabet düzeyleri Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: HHI Endeksi Rekabet Düzeyleri

HHI (0-1)	HHI (0-10000)	Rekabet Düzeyi
0-0.20	< 1500	Düşük yoğunluklu ve Tam Rekabetçi
0.20-0.40	1500-2500	Orta Yoğunluklu ve Monopolcü Rekabet
0.40-1	> 2500	Yoğun ve Rekabetçi Olmayan Oligopolcü
1	10000	Monopol

Kaynak: Parkin (2016:273); Pavic ve diğerleri (2016); Karakaya ve diğerleri (2018).

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bu kısımda literatürde Tam Rekabetçi Piyasa uygulamaları üzerine yapılan çalışmalar incelenmiş, bu piyasaların hangi ülkelerde hangi pazarlarda ortaya çıktığı ve ölçüm teknikleri Tablo 4'de derlenmiştir. Tam rekabetçi piyasa olgunlaşması daha çok bankacılık, sigortacılık, e-ticarette görülmüştür. Tam rekabet ve/veya piyasa yapısını belirlemek için en yaygın teknik olarak Panzar-Rosse yaklaşımına başvurulduğu görülmüştür.

Tablo 4: Tam Rekabetçi Mal ve Hizmet Piyasaları Uygulamaları

Yazar	Ülke	Dönem	Sektör	Yöntem	Sonuç
Nathan ve Neave (1989)	Kanada	1982-1983-1984	Bankacılık, yatırım şirketleri, mortgage sektörü	Panzar-Rosse	Bankacılık 1982*
Vesala (1995)	Finlandiya	1985-1992	Mevduat Bankacılığı	Panzar-Rosse	1989*, 1990*
Savage (1995)	Amerika	1982-1987	Motorlu Taşıyıcı	Panzar-Rosse	Tam Rekabet Yok
Bikker ve Groeneveld (1998)	15 AB ülkesi	1989-1996	Bankacılık	Panzar-Rosse	Belçika*, Fransa*, İtalya*, Yunanistan*
Bikker ve Haaf (2002)	23 ülke	1991-1997	Bankacılık	Panzar-Rosse	Hollanda*, Yeni Zelanda*, İsveç*, İsviçre*, Almanya*, Belçika*, Avusturya*, Danimarka*, Yunanistan*, İrlanda*
Hatırlı ve diğerleri (2003)	Türkiye	1984-2000	Muz ithalat pazarı	NEIO	$\lambda=0.19^{**}$
Adhikari (2004)	Amerika	1982-1995	Sigara endüstrisi	Panzar-Rosse	Tam Rekabet*
Al-Muharrami ve diğerleri (2006)	Kuveyt, Suudi Arabistan, BAE, Bahreyn, Katar	1993-2002	Arap GCC bankacılığı	Panzar-Rosse , CR, HHI	Kuveyt*, SuudiArabistan* BAE*
Yuan (2006)	Çin	1996-2000	Bankacılık	Panzar-Rosse	1997*, 2000*
Rezitis (2010)	Yunanistan	1995-2004	Bankacılık	Panzar-Rosse, Bresnahan Lau, Hall Roeger	1995-1998*
Korkmaz (2010)	Türkiye	1990-2008	Mevduat Bankacılığı	Bresnahan Lau/ 3 aşamalı EKK	Tam Rekabet*
Chang (2010)	Teorik; teorik açıklamalar için ABD’de Ebay temel alınmış	1995-2005	eBay	Asimetrik bilgi sıfır yakın, etkinlik ve fiyat rekabeti görülmüştür, mobilite var, giriş-çıkış bedava, tam bilgi var, mal homojenliği sağlıyor.	Neredeyse Tam Rekabetçi-E Ticaretin tam rekabete çok yada tam rekabet kriterlerinin gerçekleştiği görülmüştür.
Agom ve diğerleri (2012)	Nijerya-Kalabar	2000-2010	Dondurulmuş Balık Piyasası	HHI=0.211	Tam Rekabete çok yakın
Zeren ve diğerleri (2013)	Türkiye	01.11.1987-30.11.2012	İMKB 100	Yapısal kırılmalı birim kök testi	Tam Rekabet
Toprak (2014)	Türkiye	2007-2012	B ₂ C (Şirket - nihai tüketici	Atomisite, mobilite, homojenite ve	Atomisite var,

			arası) tür e ticaret	saydamlık koşullarını ne derecede sağlayabildiği	Mobilite var Homojenlikten uzak, Saydamlık var
Sekmen ve diğerleri (2015)	Türkiye	2003-2012	Bankacılık	Panzar-Rosse	Monopolistik Rekabet
Ildırar ve Kırıl (2018)	Türkiye	2004-2017	İthal binek ve ithal hafif ticari araç	CR ₄ , CR ₈ ve Herfindahl-Hirschman	Tam rekabet
Camino-Mogro ve diğerleri (2019)	Ekvator	2001-2016	Sigorta endüstrisi	Panzar-Rosse	Hayat sigortası H değerleri; 0.92*,0.919*, 0.919* Hayat-dışı sigorta H değerleri; 0.975*,0.986*,0.956*

*: Tam rekabetçi piyasa var. **: Yazar, Türkiye muz ithalatının tam rekabet koşullarında olmadığını ancak firma davranışlarının monopolden ziyade tam rekabete daha yakın olduğunu ifade etmiştir.

Nathan ve Neave (1989), Kanada finansal sisteminin rekabetçi karakteristiğini gösteren bankacılık sektörü, yatırım şirketleri ve mortgage sektörü için rekabet düzeyini 1982, 1983 ve 1984 yılları için araştırmışlardır. Yatay kesit veri kullanılarak Panzar-Rosse (P-R) yöntemi ile tahmin yapılmıştır. Bankacılık sektörü için H değerleri 1982, 1983, 1984 yıllarında sırasıyla 1.058, 0.680, 0.729 olarak tahmin edilmiştir. 1982 yılı H değerinin 1'den farklı olmadığı ve bu yılda Kanada bankacılık sektörünün tam rekabet piyasa yapısına uygun olduğu, diğer iki yılda ise H değerinin 0 ile 1 arasında değer almasından dolayı monopolcü rekabet piyasa yapısına uygun olduğu görülmüştür. Yatırım şirketleri için H değerleri ise 0.361, 0.939, 0.324 olarak tahmin edilmiştir. H değerleri 0'dan büyük olduğu için yatırım şirketleri tekeli davranış göstermektedir. Öte yandan mortgage şirketlerinin ele alınan yıllara göre H değerleri 0.801, 0.121, 0.248 olarak tahmin edilmiştir. Dolayısıyla mortgage şirketleri monopol bir yapıya sahip değildir; monopolcü rekabete yakındır.

Savage (1995), Panzar-Rosse testine başvurarak Amerikan motorlu taşıyıcı endüstrisinde tam rekabetçi denge olup olmadığını test etmiş, ancak uzun dönemde tam rekabetçi bir denge bulamamış, bunun nedenini de piyasa gücünün ortaya çıkmasına ve geçici dengenin varlığı olarak piyasa yapısına bağlamak istemişlerdir.

Vesala (1995), Finlandiya'daki tüm mevduat bankaları, ticari bankalar, tasarruf ve kooperatif bankalarının rekabet düzeyini 1985-1992 dönemi için yatay kesit veri ile incelemiştir. Çalışmada P-R modeli kullanılmıştır. İki farklı bağımlı değişken için model kurulmuştur. İlk bağımlı değişken olan "toplam yıllık faiz gelirleri (TIR)" için tahmin edilen H değerleri yıllara göre sırasıyla 0.182, 0.204, 0.519, 0.194, **0.998**, **1.381**, 0.576, 0.620'dir. H tahmin sonuçları 1989 ve 1990 yıllarında Finlandiya mevduat bankacılık sektörünün tam rekabet piyasa yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Diğer yıllarda ise H tahmin değerlerinin 0 ile 1 arasında değer alması bankacılık sektörünün monopolcü rekabet piyasa yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Diğer bağımlı değişken olan ödenmemiş kamu kredilerinden elde edilen "toplam yıllık faiz gelirleri (TIRL)" için H değerleri yıllara göre ardışık bir şekilde 0.190, 0.171, 0.468, 0.203, **1.460**, **1.405**, 0.442, 0.363 olarak tahmin edilmiştir. Bu tahmin sonuçları da 1989 ve 1990 yıllarında Finlandiya mevduat bankacılığı sektörünün tam rekabet piyasa yapısına uygun olduğunu, bu yıllar dışında ise bankacılık sektörünün ele alınan dönemde monopolcü rekabet piyasa özelliğini yansıttığını göstermiştir.

Bikker ve Groeneveld (1998), çalışmalarında 1989-1996 dönemi için 15 Avrupa Birliği ülkesinde bankacılık piyasasının rekabetçilik yapısını araştırmışlardır. Panzar-Rosse yöntemi ile bankaların faiz gelirlerinin girdi fiyatlarına göre esnekliği tahmin edilmiştir. Çalışma sonucunda hiçbir Avrupa Birliği ülkesinin monopol bir yapıya sahip olmadığı görülmüştür. Avrupa birliğine üye incelenen birçok ülkede monopolistik rekabet piyasa yapısının hakim olduğu görülmüştür. Ancak standartlaştırılmış modelde Panzar-Rosse yöntemi ile H değerleri Belçika için 0.92, Fransa için 0.91, Yunanistan için 0.92 ve Lüksemburg için 0.92 olarak tahmin edilmiştir. Bu değerler 1'e çok yakın olduğu için bu ülkelerde tam rekabet geçerlidir. Ağırlıklandırılmış modelde H değeri Belçika için 0.94-0.98, Fransa için 0.99, Yunanistan için 0.94, İtalya için 0.96 olarak tahmin edilmiştir. Ayrıca faiz harcamalarının fiyat esnekliği ortalama olarak 0.63 olarak tahmin edilmiştir.

Bikker ve Haaf (2002), çalışmalarında 23 ülkenin bankacılık piyasasında rekabetçilik koşullarını ve piyasa yapısını incelemişlerdir. Ele alınan sektördeki bankalar; küçük bankalar, orta-ölçekli bankalar ve büyük bankalar olarak kategorize edilmiştir. 1991-1997 dönemi için yapılan çalışmada ülkelere göre bankacılık sektöründe piyasa yapısı farklılık göstermektedir. Küçük bankalar için H değeri Avusturya, Belçika ve İrlanda ülkelerinde 0.93, 0.95 ve 0.99 olarak tahmin edilmiştir ve tam rekabet geçerlidir. Orta ölçekli bankalar kategorisinde ise Güney Kore ve Yeni Zelanda için H değeri 0.72 ve 1.11'dir Bu kategoride de tam rekabetin geçerli olduğu görülmüştür. Büyük bankalar için Danimarka, Almanya, Yunanistan, İrlanda, Hollanda ve İsveç için H değerleri sırasıyla 1.16, 1.05, 0.93, 0.91 ve 0.95 olup tam rekabetin geçerli olduğu ifade edilmiştir. İsviçre için ise 1988-98 döneminde büyük bankalar için H değeri 1.01 olarak tahmin edilmiştir. Ele alınan ülkeler için ortalama H değeri ise 0.86 olup genel olarak monopolistik rekabet şartları geçerlidir.

Hatırlı ve diğerleri (2003), Türkiye'de muz ticaretinin piyasa gücü, dış ticareti için Yeni Ampirik Endüstriyel Organizasyon (NEIO) yaklaşımıyla ekonometrik bir model geliştirmişlerdir. NEIO, pazar gücünü veya firmaların işbirlikçi rekabet davranışındaki değişiklikleri tespit etmek amacıyla tek tek endüstrilerde yürütülen belirli yönlerin ekonometrik testine odaklanmaktadır. 1984-2000 dönemine ait yıllık verilerle Türkiye *muz ithalat* pazarında piyasa gücü, geliştirilen bu ekonometrik yöntemle tahmin edilmiştir. Ele alınan dönem için yapılan çalışma sonucunda pazar gücü katsayısı (λ) 0.19 olarak tahmin edilmiştir. Yazar bu sonucun, Türkiye muz ithalatının tam rekabet koşullarında olmadığını ancak firma davranışlarının monopolden ziyade tam rekabete daha yakın olduğunu ifade etmiştir. Türkiye'nin yerli üreticiyi koruma amacıyla muz ithalatına vergi koyması uluslararası muz firmalarının Türkiye muz pazarındaki yoğunluğunun azalmasına neden olmuştur. İhracatta yer alan tüm muz firmaları, muz pazarlama zincirinin birçok aşamasına dikey olarak entegre edildiği için bu pazarlama zincirindeki eksik rekabet gücü göz önüne alındığında bu firmaların maliyet avantajı elde ettiği düşünülebilir. Firmaların elde etmiş olduğu maliyet avantajı muz ihracatında önemli bir yere sahip olduğu için Türkiye'deki muz üreticileri arasında rekabet düzeyinin arttığı söylenebilir.

Adhikari (2004) çalışmasında, 1982-1995 dönemi için Amerika sigara endüstrisinin piyasa gücünü araştırmıştır. Panzar Rosse modeline dayanan çalışmada H değeri 1.516 olarak tahmin edilmiştir. Bu sonuç Amerika sigara endüstrisinin tam rekabetçi olduğuna işaret etmektedir. 1980'ler ve 1990'larda bulunan sonuçların aksine Amerika'da sigara endüstrisinin rekabetçi olduğu görülmüştür. Çalışmada tam rekabet varsayımlarına değinilmemiştir. Sadece Panzar-Rosse modeli ile piyasa gücü ölçülmüştür. Bağımlı değişken olarak toplam gelir kullanılırken bağımsız değişken olarak ücret oranı, faiz oranı ve hammadde fiyatları kullanılmıştır. Ayrıca yazar, ABD sigara endüstrisi için Panzar Rosse modeliyle piyasa gücünün ölçülmesinde maliyet ve gelir yaklaşımlarından gelir esnekliği yaklaşımının maliyet esnekliği yaklaşımına göre

daha etkin sonuçlar verdiğini öne sürmüştür.

Al-Muharrami ve diğerleri (2006), 1993-2002 dönemi için literatürde sıklıkla kullanılan Konsantrasyon Oranı (CR_n), Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI) ve Panzar-Rosse tarafından geliştirilen H istatistiği yöntemleri ile Arap GCC bankacılık piyasa yapısını araştırmışlardır. Yapılan çalışma sonucunda 2002 yılında Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Katar, Bahreyn, Umman için bankalardaki mevduat hesapları baz alınarak hesaplanan HHI endeks değeri 1298, 1064, 1897, 3565, 2351, 2712 olarak elde edilirken CR_3 ölçüm değerleri ise 0.51, 0.44, 0.62, 0.81, 0.79, 0.81 olarak elde edilmiştir. CR_3 yöntemine göre ele alınan ülkelerin tümünde oligopol piyasa yapısının hakim olduğu görülmektedir. HHI yöntemine göre ise Kuveyt, Katar, Bahreyn ve Umman bankacılık sektöründe oligopol piyasa yapısı hakimken, Suudi Arabistan ve BAE’de ise monopolcü rekabet piyasa yapısının hakim olduğu söylenebilir. Öte yandan Panzar-Rosse H istatistiği tahmin sonuçları Kuveyt için 1.02, Suudi Arabistan için 1 ve Birleşik Arap Emirlikleri için ise 1.04, Bahreyn için 0.7 ve Katar için 0.63 olarak tahmin edilmiştir. H istatistiği tahmin sonuçları Kuveyt, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri bankacılık piyasasının tam rekabet piyasa yapısına sahip olduğunu Bahreyn ve Katar’da ise monopolistik rekabet piyasa yapısının olduğunu göstermektedir.

Yuan (2006), 1996-2000 dönemi için 19’u büyük ve 52’si küçük olmak üzere 71 banka verisini kullanarak Çin bankacılık sektörünün rekabet yapısını Panzar-Rosse yöntemi ile değerlendirmiştir. 4 büyük banka için bir kukla değişken tanımlanmıştır. İşletme gelirlerinin bağımlı değişken olarak kullanıldığı ve kukla değişkenin modele dahil edilmediği durumda H değeri yıllara göre 0.86, 0.903, 0.779, 0.868, 0.946 olarak tahmin edilmiştir. H değerlerinden hareketle yazar 1998 yılında ele alınan sektörde monopolistik rekabetin hakim olduğunu, diğer yıllarda ise tam rekabetin hakim olduğunu ileri sürmüştür. İşletme gelirlerinin bağımlı değişken olduğu ve kukla değişkenin eklendiği modelde ise H istatistikleri 0.874, 0.997, 0.842, 0.862, 0.96 olarak tahmin edilmiştir. Bu durumda ise sektörde tamamiyle tam rekabetçi bir yapının olduğu görülmüştür. Elde edilen tahmin sonuçlarına göre Çin bankacılık sistemi neredeyse tümüyle tam rekabete yakındır.

Rezitis (2010), 1995-2004 dönemi için Yeni Ampirik Endüstriyel Organizasyon yaklaşımları olan Panzar-Rosse, Bresnahan-Lau ve Hall-Roeger yöntemleriyle Yunanistan bankacılık sektöründe rekabet şartlarını araştırmıştır. Çalışmada ele alınan yıllar 1995-1998, 1999-2004, 1995-2004 şeklinde 3 dönem olarak incelenmiştir. Bresnahan-Lau ve Hall-Roeger yaklaşımlarında tüm dönemlerde Yunanistan bankacılık sektörünün tam rekabet piyasa yapısına uymadığı ve 1. dönemden sonra rekabetçi olmayan bir piyasa yapısına kaydığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak Panzar-Rosse yaklaşımında 1995-1998 döneminde H değeri 0.8548 olarak tahmin edilmiştir. Elde edilen değer 1’e yakın olmasından dolayı yazar Yunanistan bankacılık sektörünün bu dönem için tam rekabet piyasa şartlarına sahip olduğunu ifade etmiştir. 1999-2004 döneminde ise Panzar-Rosse H tahmin değeri 0.5772’dir. Bu dönemde Yunanistan bankacılık piyasası monopolcü rekabet yapısına sahiptir. 1995-2004 dönemi için H değeri ise 0.7606 olarak tahmin edilmiştir. Yazar ele alınan bu dönem için ise sektörün tam rekabet piyasa şartlarında olduğunu ifade etmiştir. Dönemlere göre piyasanın rekabet derecesi değişmektedir. 1995-1998 döneminde¹ piyasa tam rekabetçi iken 1999-2004 döneminde piyasa monopolcü rekabet yapısına sahiptir.

Korkmaz (2010), 1990-2008 dönemine ait yıllık verilerle Türk mevduat bankacılığı sektöründe faaliyet gösteren ortalama bir firmanın gerek 2001 yılı öncesinde gerekse 2001 yılı sonrasında piyasa fiyatını etkileyip etkilemediğini araştırmıştır.

¹ Bu çalışmada da $H=0$ ve $H=1$ hipotezleri test edilmiş, bu yüzden $H=0.7606$ değeri, 1’den farklı değildir yorumu yapılarak piyasanın tam rekabetçi olduğu söylenmiştir.

Çalışmada Bresnahan-Lau modeli kullanılmıştır. Modelde bağımlı değişken olarak toplam aktifler kullanılırken, bağımsız değişkenler; toplam faiz gelirinin toplam aktifler içindeki payı, reel GSYİH, ABD dolarının TL cinsinden değer değişimi, toplam faiz giderlerinin toplam mevduat içindeki payı, personel giderleri, toplam faiz ve faiz dışı giderlerin toplamı ve 1990-2000, 2001-2008 dönemlerini birbirinden ayıran kukla değişken kullanılmıştır. Model, Üç Aşamalı EKK ile tahmin edilmiştir. Ele alınan dönemde Türk mevduat bankacılığı sektöründe faaliyette bulunan ortalama bir firmanın 2001 krizi öncesi ve sonrasında piyasa gücüne sahip olmadığı, sektörde faaliyet gösteren ortalama bir firmanın piyasa fiyatını etkileyemediği görülmüştür. Bu yüzden 1990-2008 döneminde Türkiye mevduat bankacılığı sektörünün tam rekabet piyasa yapısı içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yazar, Bresnahan-Lau modelinin yalnızca sektörde faaliyet gösteren ortalama bir firmanın piyasa fiyatını etkileyip etkilemediğini, bu yüzden hesaplanan rekabet derecesinin “koşullu rekabet derecesi” olarak adlandırılması gerektiğini ifade etmiştir.

Chang (2010) çalışmasında, giderek artan bir şekilde etkin bir pazar olan eBay’ın tam rekabet şartlarına uygunluğunu incelemiştir. 1995-2005 döneminde platformda 430.000 Amerikalı küçük işletme faaliyet göstermiştir. Bu durum satıcılar için atomisitenin sağlandığını, ortalama bir günde yaklaşık 10 milyon ürün listelenmesi ise alıcılar için atomisitenin sağlandığını göstermektedir. Alıcılar; ticaret kartları, tarihi eserler, oyuncak bebekler, araba kartları, elbise, kitap, CD ve elektronik aletler gibi 1.000 kategoride ürün satın almak için siteyi ziyaret etmektedir. eBay ticari platformu, pazar yeri hakkındaki bilgiye, satıcı ve alıcının çok kolay bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır. Alıcı ve satıcı, mal hakkındaki bilgiye internetten çok kolay bir şekilde ulaşabilmektedir. İnternet üzerinden bilgiye erişme maliyeti çok düşük düzeydedir. Alıcıların bir ürünün fiyatı ve kalitesi hakkında bilgi almak için birçok mağaza gezip karşılaştırma yapması gerekmektedir. Bu durumda bilgi toplama, zaman gibi maliyetler ortaya çıkmaktadır. Ancak eBay platformunda tüm ürünler ve fiyatları hakkında bilgi edinmek basit bir internet araştırması ile sağlanabilmektedir. Bundan dolayı bilgi, alıcı-satıcı için tamdır. eBay piyasasına giriş ve çıkış engelleri satıcı ve alıcı için çok düşük düzeydedir. Çok sayıda alıcı ve satıcı bulunmaktadır. Sisteme kaydolmada satıcı ve alıcı için finansal bir maliyet yoktur. Ayrıca kayıt çok az düzeyde bilgisayar bilgisi ile hızlı bir şekilde yapılabilir. Ürünler homojendir. Satıcılar ürün fiyatlarını piyasada rekabet halinde olan firmalardan alır. Bilgi etkinliğinden dolayı fiyat rekabetçidir. Fiyatlar, internette daha düşük ve perakendeciler tarafından yapılan fiyat düzenlemeleri çok azdır. Bu yüzden internet piyasası geleneksel piyasalardan daha etkindir. Çalışma sonucunda yazar tarafından eBay piyasasının neredeyse tam rekabetçi bir piyasa yapısına sahip olduğu vurgulanmıştır. Geleneksel piyasalarda asimetrik bilgi sorunu mevcut olup bu durum piyasaların tam rekabetten sapmasına yol açmaktadır. Oysa eBay ticaretin alıcı ve satıcılar arasında asimetrik bilgiyi elimine edebildiğinden söz edilmiştir.

Agom ve diğerleri (2012), Nijerya-Kalabar’daki toptan satılan dondurulmuş balık piyasasını 2000-2010 dönemi için incelemişlerdir. Çalışmada Herfindahl endeksi kullanılmıştır. Bölgedeki 8 firmadan 5’i ele alınmış ve bağımlı değişken olarak 20 kg ağırlığında satılan dondurulmuş balık türlerinin miktarları, bağımsız değişken olarak 20 kg ağırlığında satılan dondurulmuş balık türlerinin miktarlarının 1 gecikmesi, sezonları temsilen gölge değişkeni (dummy variable) ve dondurulmuş balık türlerinin fiyatları kullanılmıştır. Herfindahl endeksi 0.211 olarak tahmin edilmiştir. Endeks değerinin düşük olması firmalar arasındaki paylaşılan piyasanın konsantrasyonun düşük olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgular dondurulmuş balık piyasasının tam rekabet piyasa yapısına ya da sınırda sahip olduğunu göstermektedir. Çalışmada tam rekabet piyasası varsayımlarına ilişkin açıklama yapılmamıştır. Bu çalışmada ele alınan firma sayısı da

oldukça düşüktür.

Zeren ve diğerleri (2013), 1 Kasım 1987- 30 Kasım 2012 dönemi için yapısal kırılmalı birim kök testi yöntemini Piyasa Etkinliği Hipotezi için uygulamışlar ve İMKB 100 endeksinin rassal yürüyüş sergilediğini dolayısıyla yatırımcıların, hisse senetlerinin geçmiş verilerinden hareketle geleceğe ilişkin tahminler yaparak normalin üzerinde kâr elde etmesinin mümkün olmadığından bahsetmişlerdir. Bu sonuca göre araştırmacılar tarafından İMKB 100 piyasasında aşırı karların olmadığı, bilginin alıcı ve satıcılar arasında asimetric olmadığı, çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğunu ve herhangi birinin fiyatı etkileyemeyeceği sonucuna ulaşp tam rekabetçi olduğu yorumunu yapmışlardır.

Toprak (2014), B₂C (Şirket - nihai tüketici arası) tür e-ticaretin, Türkiye örneği üzerinden tam rekabet piyasasının atomisite, mobilite, homojenite ve saydamlık koşullarını ne derecede sağladığını ele alan çalışmasında, Türkiye'deki elektronik ticaret uygulamalarının yaygın olarak B₂C e-ticaret türü ile müzik albümleri, yazılım programları, veri tabanları, giyim ve spor malzemeleri, elektronik araçlar, mobilya, beyaz eşya ve benzeri ev eşyası vs. hemen hemen her sektörde gerçekleştiği görülmektedir. B₂C'nin atomisite koşulunu sağlayıp sağlamadığını anlamak için, piyasada ne kadar satıcı (B₂C tür çevrimiçi satış yapan firma) ve ne kadar alıcı (B₂C tür çevrim içi ürün veya hizmet satın alan internet kullanıcısı) olduğuna bakılmış; 2012 yılı itibariyle Türkiye genelinde hanelerin %47,2'sinin evden internete erişim imkânına sahip olması, bunların kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi verme ya da satın alma oranının %21,8 olması, BTK ve TÜİK'in verilerine göre 4 milyon 200 bin'in üzerinde alıcı olması alıcılar tarafında atomisite koşulunun, öte yandan Türkiye merkezli 54 bin 482 B₂C e-ticaret satıcısının bulunuyor olması da satıcılar tarafında atomisite koşulunun sağlandığını göstermektedir (a.g.e.:72). 2012 yılı Nisan ayında B₂C tür çevrimiçi satış yapan firma ve ne kadar alıcı B₂C tür çevrim içi ürün veya hizmet satın alan internet kullanıcısı olduğuna bakılarak (a.g.e.:72) mobilite koşulunun sağlanıp sağlanmadığı tespit edilmiştir. B₂C tür firma sayısı 2007'den 2014'e 4181' den 54482'ye artmış ve Türkiye'de 2012 yılının üçüncü çeyreğinde internet üzerinden kişisel satın alma oranının bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %18,6'den %21,8'e yükselmesi mobilite koşulunun hem satıcı hem de nihai tüketiciler kısmında sağladığını göstermektedir. Peşin fiyatına taksitle ödeme, ücretsiz kargolama, güvenli e-ticaret uygulamaları kullanma, üyelere farklı indirimlerin uygulanması, vb. gibi mal ve hizmet farklılaştırmasına ve marka, reklam, kişisel tercih, yaşam tarzı, güvenilirlik, vb. faktörlere bağlı fiyat farklılaştırılmasının e-ticarette daha fazla görülmesinden dolayı Türkiye'de B₂C tür e-ticaretin homojenlikten uzak olduğunu göstermektedir. Satıcılar, ürün ve hizmetlere yönelik tüm değişkenlerden piyasadaki fiyat değişiklikleri, üretim faktörleri fiyatları, üretim teknolojisi, vb., diğer taraftan da alıcılar da B₂C tür e-ticarette kendilerine sunulmuş hizmet ve ürünlerin başta kalite olmak üzere tüm özelliklerinden haberdar olması Toprak (2014:73)'a göre B₂C e-ticaretin Türkiye'de saydamlık koşulunu geleneksel ticaret yöntemlerine göre daha fazla sağladığı izlenimini vermektedir.

Sekmen ve diğerleri (2015) Türk Bankacılık piyasa yapısını P-R testine dayalı olarak değerlendirmişlerdir. 2003-2012 yılları arasında piyasanın tam rekabet olmadığı, monopolistik rekabet olduğu ve bu bulgularının diğer birçok araştırmacının bulgusuyla benzer olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

(Çam, 2017), yarışılabilir piyasalar; piyasaya girişin tamamen serbest ve çıkışın tamamen maliyetsiz olduğu, piyasanın rekabetçi olup olmadığı tam rekabetçi piyasadaki firma sayısına göre değil, farklı olarak potansiyel rekabetin var olup olmadığına göre belirlendiği piyasadır. Yarışılabilir piyasada firmalar uzun dönem dengesini fiyatın marjinal maliyete eşit

olduğu noktada gerçekleştirmektedirler. Yarışılabilir piyasa bu yönüyle tam rekabet piyasasına benzemektedir. Ancak yarışılabilir piyasada uzun dönem dengesinin gerçekleşmesi için piyasada çok sayıda firma olması gerekmektedir. Havayolu taşımacılığında batık maliyetler düşük düzeyde olmakla birlikte sıfır değildir. Bu yüzden yarışılabilir piyasa özelliği taşıdığı söylenebilir. Benzer şekilde bankacılık sektöründe de sektöre girişlerin serbest olması ve bilgi edinme maliyetlerinin batık maliyete yol açmaması halinde yoğunlaşma düzeyinden bağımsız olarak yarışılabilirlik özelliğini taşıması olanaklıdır.

Ildırar ve Kırıl (2018) yapısalci yaklaşımla Türkiye’de 2004-2017 dönemi için otomobil ve hafif ticari araç satış verileriyle, N-firma yoğunlaşma oranları (CR_4 , CR_8) ve Herfindahl-Hirschman endekslerini (HHI) kullanarak yerli ve ithal binek-hafif ticari araçlar için genel bir analiz yapmışlardır. İthal binek ve ithal hafif ticari araç sektöründe HHI değerleri sırasıyla (0.06-0.08) ve (0.10-0.14) aralığında hesaplanmış ve piyasanın tam rekabetçi bir yapıya yakın olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ildırar ve Kırıl, 2018:113-114). HHI değeri 0-0.20 arası olduğundan düşük yoğunluklu ve tam rekabetçi bir piyasa olarak adlandırılmaktadır. CR_4 , CR_8 ve HHI kriterlerine göre yerli binek araç sektörünün monopolcü rekabet olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Burada ithal binek ve ithal hafif ticari araç sektöründe HHI endeksinin sıfıra yakın çıkması ve tam rekabetçi bir piyasayı göstermesine rağmen markaları farklı araçların varlığı homojenlik varsayımını sağlamamaktadır. HHI endeksi değeri yerli binek araçlarda mal farklılaştırmasına paralel orta derecede rekabeti işaret etmesine bağlı monopolcü rekabeti tanımlamasıyla tutarlılığını gösterirken, sıfıra yakın bir değerle ithal binek ve ticari araçlarda tam rekabeti işaret etmesi mal farklılaştırması ve rekabetine ters düşmektedir. Bu durum tüketicilerin ithal binek ve ticari araçları birbirine son derece yakın ikame ve/veya homojen olarak algılamasına bağlanabilir. Alternatif olarak HHI endeksi aynı piyasada aynı teknik olarak rekabeti ve malın homojenliğini ölçmede yetersiz kaldığı şeklinde yorumlanabilir.

Eğilmez (2019), e-ticaret ortaya çıkana kadar tam rekabet piyasası koşullarının bir arada bulunması, bulunsa bile sürekliliğinin sağlanmasının neredeyse imkânsızlığını, e-ticaretin yayılmasıyla birlikte tam rekabet piyasasına çok yakın bir piyasanın yaşama geçmeye başladığını; “*Ne var ki e ticaretin tam rekabet piyasasına çok yakın bir yapıyla ortaya çıkması bu eleştiriyi geriye itmeye başladı.*” cümlesiyle ifade etmiştir. Şöyle ki; e-ticarette (i) hem satıcının hem de alıcının çokluğu gerçekleşmekte ve bundan dolayı kimse fiyatı belirleyememekte, (ii) mal alım satımında mal bölünerek sipariş edildiğinden bölünebilirlik koşulu sağlanmakta, (iii) sipariş edilen mal birimleri aynı olduğundan homojenlik koşulu sağlanmakta, (iv) malı almadan önce mal üzerine yapılan yorumları, fiyatları tüketici ve satıcı görebildiğinden saydamlık varsayımı sağlanmakta, ancak (v) akışkanlık varsayımı e-ticarette vergi zayıflığından dolayı diğer geleneksel sektörlerle göre daha yüksek olmasıyla birlikte henüz tam anlamıyla tam rekabet piyasasının gerçekleşmediğini ifade etmiştir.

Camino-Mogro ve diğerleri (2019), Ekvator’da sigorta endüstrisinin rekabet düzeyini 2001-2016 dönemi için incelemişlerdir. Sigorta endüstrisi, hayat sigortası ve hayat-dışı sigorta olarak ikiye ayrılarak ele alınmış ve çalışmada rekabet derecesi Panzar-Rosse yöntemiyle belirlenmiştir. Model tahmininde POLS (Pooled Ordinary Least Squares), Sabit Etkiler ve Rassal Etkiler tahmincileri kullanılmıştır. *Hayat sigortası* için H değeri, tahmin yöntemlerine göre sırasıyla 0.92-0.919-0.919, *hayat-dışı sigorta* için H değeri 0.975-0.986-0.956 olarak tahmin edilmiştir. H değerleri Ekvator’da sigorta endüstrisinin tam rekabet piyasa yapısına uygun olduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Piyasa Teorisi'nin yapıtaşı niteliğinde olan tam rekabet piyasasının gerçek hayatta var olup olmadığını araştırmak için bu çalışmada tam rekabet piyasasına yönelik literatür incelenmiştir. Yapılan çalışmalarda mal ve hizmet piyasa yapısının belirlenmesi için yoğun bir şekilde Panzar-Rosse yöntemine başvurulduğu görülmüştür. Özellikle bankacılık sektöründe sıklıkla kullanılan bu yöntem, H istatistiğinin hesaplanmasına dayanmaktadır. Hesaplanan H değerinin 1 veya 1'ın büyük olması piyasanın tam rekabetçi bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. İncelenen çalışmalarda bazı ülkelerde başta bankacılık olmak üzere, sigorta ve sigara piyasalarında tam rekabetçi bir piyasa yapısının bulunmaktadır. Öte yandan son dönemlerde hızla gelişen ve tam rekabet piyasa yapısına en uygun sektör olduğu düşünülen e-ticaret sektörünün de tam rekabete yakın bir piyasa yapısına sahip olduğu görülmüştür. Tam rekabet piyasası (olgunlaşması), özetle; bankacılık, yatırım şirketleri, mortgage (ipotek) sektörü e-ticaret ve sigorta hizmetlerinde, otomobil ve hafif ticari araç ve dondurulmuş balık piyasasında görülmüştür.

Ancak Korkmaz (2010), vurguladığı üzere bir sektöre ilişkin rekabet derecesi belirlemeye dönük yapılan ampirik yaklaşımlar, rekabet derecesini piyasa fiyatı ile marjinal maliyet arasındaki farka (piyasa gücü) dayalı olarak hesaplamaktadır. Tam rekabet piyasasının diğer varsayımlarının sağlandığı durumda bu şart geçerlidir. Bu yüzden tahmin edilen bu rekabet derecesinin tam rekabet piyasası yerine “*koşullu rekabet derecesi*” olarak adlandırılması daha tutarlı olacaktır. Çünkü bir piyasanın tam rekabet piyasası olabilmesi için tam rekabet piyasasının tüm varsayımlarını sağlaması gerekmektedir. Piyasa yapısını ölçmede kullanılan teknikler, bir piyasada tam rekabetin tespiti için gerekli şart olmasının yanında tam rekabet varsayımlarından bir veya birkaçının sağlanmaması halinde bu yaklaşımlar tam rekabetçi piyasa varlığını belirlemede yetersiz kalmaktadır.

ETİK BEYAN VE AÇIKLAMALAR

Etik Kurul Onay Bilgileri Beyanı

Bu makalede Etik Kurul Onayı gerektirecek bir deneysel çalışma yapılmamıştır.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Bu çalışmada yazarların araştırmaya katkıları eşittir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Abidin, S. ve Mohamad-Nor, M. N. (2016). Competition in Malaysian Audit Industry: What the Market is Telling us?. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(1), 306-311.
- Adhikari, D. R. (2004). Measuring Market Power of the US Cigarette Industry. *Applied Economics Letters*, 11(15), 957-959.
- Agom, D. I., Etim, G. C. ve Etuk, E. A. (2012). Analysis of Whosale Frozen Fish Markets in Calabar, Cross River State, Nigeria. *Trends in Agricultural Economics*, 5(2), 61-69.
- Al-Muharrami, S., Matthews, K. ve Khabari, Y. (2006). Market Structure and Competitive Conditions in the Arab GCC Banking System. *Journal of Banking & Finance*, 30(12), 3487-3501.
- Bikker, J. A. ve Groeneveld, J. M. (1998). Competition and Concentration in the EU Banking Industry. *Netherlands Central Bank, Research Series Supervision* 8, 33(8), 62-98. https://www.researchgate.net/publication/4810053_Competition_and_Concentration_in_the_EU_Banking_Industry, Erişim tarihi: 15.11.2019.
- Bikker, J. A. ve Katharina, H. (2002). Competition, Concentration and Their Relationship: An Empirical Analysis of the Banking Industry. *Journal of Banking & Finance*, 26(11), 2191-2214.
- Bilgili, Y. (2011). *Mikro İktisat*. Yenilenmiş-Genişletilmiş 2.baskı. İstanbul: İkinci Sayfa Basım Yayım Dağıtım.
- Bresnahan, T. F. (1982). The Oligopoly Solution Concept is Identified. *Economics Letters*, 10, 87-92.
- Bulmuş, İ. (2008). *Mikroiktisat*. Genişletilmiş 6.Baskı. Ankara: Okutman Yayıncılık.
- Camino-Mogro, S., Armijos-Bravo, G. ve Cornejo-Marcos, G. (2019). Competition in the Insurance Industry in Ecuador: An Econometric Analysis in Life and non-Life Markets. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 71(C), 291-302.
- Chang, J. (2010). EBay: Towards A Perfectly Competitive Market. *International Business & Economic Research Journal (IBER)*, 9(3), 65-70.
- Çam, Ü. (2017). Yarışılabilir Piyasalar Teorisi: Potansiyel Rekabetin Önemi. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 3(1), 91-110.
- Demirel, O. ve Hatırlı S. A. (2014). Teorik Pazar Gücü Modelleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 5(10), 92-121.
- Eğilmez, M. (2019). Tam Rekabet Piyasası Hayalden Gerçeğe Dönüşüyor. Kendime Yazılar, <http://www.mahfiegilmez.com/2019/08/tam-rekabet-piyasas-hayalden-gercege.html>, Erişim Tarihi: 14.01.2020.
- Ferrer, C. E. (2013). Oligopsony-Oligopoly the Perfect Imperfect Competition. *Procedia Economics and Finance*, 5, 269-278.
- Hall, R. E. (1988). The Relation Between Price and Marginal Cost in U.S. Industry. *Journal of Polical Economy*, 96(5), 921-947.
- Hatırlı, S. A., Eugene, J. ve Aktaş, A. R. (2003). Measuring the Market Power of the Banana Import Market in Turkey. *Turkish Journal of Agriculture and Forestry*, 27, 367-373.
- Ildırar, M. ve Kırıl, E. (2018). Piyasa Yapısı ve Yoğunlaşma: Türk Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Analiz. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 93-117.
- Karakaya, A., Ağazade, S. ve Perçin, S. (2018). Türk İmalat Sanayinde Performans, İnovasyon ve Rekabet Arasındaki İlişki. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 4(1), 39-59.
- Korkmaz, A. (2010). Türk Mevduat Bankacılığı Sektöründe Rekabet Derecesi: Bresnahan-Lau Modeli'nden Kanıtlar. *Bankacılar Dergisi*, 74, 3-19.
- Ye, K., Lu, W. ve Jiang, W. (2009). Concentration in the International Construction Market. *Construction Management and Economics*, 27 (12), 1197-1207.

- Lau, L. J. (1982). On Identifying the Degree of Competitiveness from Industry Price and Output Data. *Economics Letters*, 10, 93-99.
- Naldi, M. ve Flamini, M. (2014). The CR₄ Index and the Interval Estimation of the Herfindahl-Hirschman Index: An Empirical Comparison. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01008144>, Erişim Tarihi: 01.10.2020.
- Nathan, A. ve Neave, E. H. (1989). Competition and Contestability in Canada's Financial System: Empirical Results. *The Canadian Journal of Economics*, 22(3), 576-594.
- Öztürk, N. ve Bayraktar, Y. (2009). Aksak Rekabetin Önlenmesinde Devletin Rolü. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2, 74-93.
- Panzar, J. C. ve Rosse, J. N. (1987). Testing for Monopoly Equilibrium. *The Journal of Industrial Economics*, 35(4), 443-456.
- Parkin, M. (2016). *Economics*. 12.Baskı. Pearson Education Limited.
- Pavic, I., Galetic, F. ve Piplica, D. (2016). Similarities and Differences Between the CR and HHI as an Indicator of Market Concentration and Market Power. *British Journal of Economics, Management and Trade*, 13(1), 1-8.
- Rezitis, A. N. (2010). Evaluating the State of Competition of the Greek Banking Industry. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 20(1), 68-90.
- Roeger, W. (1995). Can Imperfect Competition Explain the Difference Between Primal and Dual Productivity Measures? Estimates for U.S. Manufacturing. *Journal of Political Economy*, 103(2), 316-330.
- Savage, I. (1995). Panzar and Rosse Style Tests of Market Structure in The U.S. Motor Carrier Industry. *Logistics and Transportation Review*, 31(2), 135-143.
- Shaffer, S. (1993). A test of competition in Canadian banking. *Journal of Money, Credit and Banking*, 25(1), 49-61.
- Sekmen, T., Akkus, Ö. ve Siklar, İ. (2015). Competitive Conditions in the Turkish Banking Systems. *Journal of Business, Economics & Finance*, 4(1), 52-68.
- Toprak, G. N. (2014). B₂C E-Ticaret'in Tam Rekabet Piyasası Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği. *Kırklareli Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 64-75.
- Vesala, J. (1995). Testing for Competition in Banking: Behavioral Evidence from Finland. *Bank of Finland Studies*, No: E:1, <https://helda.helsinki.fi/bof/handle/123456789/9375>, Erişim tarihi: 10.11.2019.
- Yuan, Y. (2006). The State of Competition of the Chinese Banking Industry. *Journal of Asian Economics*, 17(3), 519-534.
- Zeren, F., Kara, H. ve Arı, A. (2013). Piyasa Etkinliği Hipotezi: IMKB için Ampirik Bir Analiz. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 36, 141-148.