

Anket Şirketleri 30 Mart Testini Geçti mi?

Doç. Dr. Şakir GÖRMÜŞ

Sakarya Üniversitesi

Siyasal Bilgiler Fakültesi

Finansal Ekonometri Bölümü

sgormus@sakarya.edu.tr

Özet

Siyasi partilerin ekonomik olanaklarının artması ve siyasi liderlerin anketlere önem vermesiyle beraber seçim anketlerinin sayısı artmıştır. Anket şirketlerinin aynı seçim için farklı tahminlerde bulunması güvenilirliklerinin sorgulanmasına yol açmakta ve yandaş anket yaftasına maruz kalmaktadırlar. Bu çalışma istatistiksel teknikler yardımıyla 30 Mart 2014 yerel seçimlerinde anket şirketlerinin performansını ölçmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın sonuçları aşağıdaki şekilde özetlenebilir. Anket şirketleri Türkiye genelindeki başarısını iller bazında gösterememiştir. MAK şirketinin 30 büyükşehir için ortalama sapması 5.7 puan iken ORC'nin 6.3 ve GEZİCİ'nin 6.8 puandır ki bu sapmalar yüksektir. Seçim yarışının çekişmeli olduğu birinci grup büyükşehirlerde ortalamadan sapmalar gerek şirketler ve gerekse partiler açısından diğer gruba göre daha düşüktür. Bu araştırma şirketlerinin seçim yarışının çekişmeli olduğu birinci grup büyükşehirlerde daha titiz çalışma yaparken kazananın büyük ölçüde belli olduğu ve seçim çekişmesinin yaşanmayacağı varsayılan büyükşehirlerde aynı hassasiyeti göstermediklerine işaret olabilir. Son olarak üç anket şirketi de ortalama da iller bazında AKP'nin oyunu olduğundan düşük tahmin ederken GEZİCİ şirketi MHP'nin (+4puan) ve CHP'nin (+3puan) oylarını iller bazında ortalamadan yüksek göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Anket Şirketleri, Seçim Anketleri, Güvenilirlik,

Did Survey Companies Pass The 30 March Test?

Abstract

In recent years, political parties' economic power and politicians' attention to election polls have been increased and then number of polls too. Different polls' different predictions about same election have been questioned credibility and partisan of polls. This study measures performance of polling companies using statistical techniques for March 2014 Turkish local election. Results showed that polling companies' performance decrease in local level compares to whole country. Average deviation for 30 major cities changes from 5.7 points (MAK) to 6.8 points (GEZİCİ) which are unacceptable. Pooling companies' average deviation relatively high some cities where election was closely contested. In city level, all three polling companies average prediction about AKP are lower than official result. However, GEZİCİ polling company's average prediction about MHP (+ 4 points) and CHP (+3 points) are higher than official result.

Keywords: Polling Companies, Election Polling, Credibility

Giriş

Seçim anketleri seçmenlerin siyasi tercihlerini belirlemek amacıyla yazılı olarak hazırlanmış sorulardan oluşur. Anket yönteminde seçmenlerin siyasi tercihleri kişisel görüşme, telefonla görüşme, posta aracılığı veya e-mail yoluyla sorulabilse de kişisel görüşme güvenilirliği açısından en çok tercih edilendir.

Türkiye'deki seçmen sayısının yaklaşık 52 milyon¹ olduğu düşünülürse seçim anketlerinin bütün seçmenler üzerinde uygulanması zaman ve maliyet açısından mümkün değildir. Zaman ve ekonomik kısıtlardan dolayı anket şirketleri seçmenlerin siyasi tercihleri hakkında bir karara varırken seçmenlerin sadece bir kısmını seçer ve anketi örneklem adı verilen bu gruba uygulayarak seçmenlerin tamamının siyasi tercihlerini tahmin etmeye çalışır. Özetlersek, seçim anketleri seçmenlerin bir kısmını inceleyerek seçmenlerin tamamının siyasi tercihleri hakkında tahmin yapmaktadır. Seçim anketlerinin başarısı en belirgin olarak seçim sonuçlarını tahmindeki başarısı ile ölçülür.

Gelişmiş ülkelerde seçim araştırmaları ve anketleri büyük bir pazara sahipken ülkemizde özellikle Kasım 2002 seçimleriyle beraber bu pazar gelişmeye başlamış ve birçok araştırma şirketinin bu pazara girmesiyle seçim anketlerinin sayısı artmıştır. Siyasi partilerin ekonomik olanaklarının artması ve siyasi liderlerin bu anketlere önem vermesinin bunda payı büyüktür². Sayın Başkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın mevcut belediye başkanlarının performanslarını ölçmede ve aday belirlemede belirli periyotlarla farklı anket şirketlerine anket yaptırdığı ve bu anket sonuçlarının kararlarındaki etkenlerden biri olduğu kamuoyu tarafından bilinmektedir.

Bu çalışmada 30 Mart 2014 yerel seçimlerini temel alarak seçim anketlerinin tahmin gücünü analiz edeceğiz. Araştırmanın birinci bölümünde anket şirketlerinin güvenilirlik sorunu sorgulanacaktır. İkinci bölümde Türkiye geneli belediye anket sonuçlarını, üçüncü bölümünde İstanbul, Ankara ve İzmir büyükşehir belediyesi anket sonuçlarını ve son olarak kalan 27 büyükşehir belediyesi anketlerinin sonuçlarını çeşitli istatistiksel teknikler kullanılarak resmi sonuçlarla karşılaştırılacaktır. Bu çalışmada anket şirketlerinin yapmış oldukları seçim anketi sonuçları internetten yapılan tarama sonucunda ulusal gazetelerden elde edilmiş ve anket şirketlerinin en son yayınladıkları anket sonuçları baz alınmıştır.

1. Anketlerin Güvenilirliği

Anketlere ne kadar güvenebiliriz? Anket şirketleri kendilerine ödeme yapanları mutlu edecek sonuçlar mı çıkarıyorlar? Maliyetlerden kaçmak için masa başı anketimi yapıyorlar? Anketlerle seçmen yönlendirilmeye mi çalışılıyor? Gibi birçok soru kamuoyunun kafasını meşgul etmektedir. Kuşkusuz ki, anket şirketlerinin aynı seçim için farklı tahminlerde bulunmasının bundaki payı inkâr edilemez. Özellikle son yıllarda anket şirketlerinin aynı seçim için farklı tahminlerde bulunması güvenilirliklerinin sorgulanmasına yol açmakta ve yandaş anket şirketi yaftasına maruz kalmaktadırlar.

Seçim anketi yapan araştırma şirketlerinin yöneticileri de bu durumdan şikâyetçilerdir. Bu şikâyetlerini bilimsel yetersizlik, siyasetçilerin baskısı ve siyasi partilere yakınlık olarak üç ana grupta toplanmaktadır.

GENAR Araştırma Şirketi Genel Müdürü Mustafa Şen AA'na verdiği mülakatta, bazı anket şirketlerinin bilimsel yetersizliğinden dolayı yapılan anketlerin de bilimsel altyapısının eksik olduğunu ifade etmektedir. Anket şirketlerinin Araştırmacılar Derneği'ne üye olarak derneğin etik belgesi ve onur sözleşmesi imzalamasının güvenilirliği artıracığı kanaatindedir. Şen ayrıca kendilerini yanlış yönlendirip manipülasyon yapmaya çalışan adaylarında olduğunu da beyan etmiştir (<http://www.sondakika.com/haber/haber-anketlerin-guvenilirligi-icin-bilimsel-altyapisi-5427149/>).

GEZİCİ Araştırma Şirketi Genel Müdürü Mustafa Gezici POSTA212'ye verdiği mülakatta, anket şirketleri üzerinde oy oranlarıyla oynanması için büyük bir baskı olduğundan şikâyetçidir. Gezici, kendisine de bu yönde bir baskı olduğunu ve bazı meslektaşlarının bu baskılara boyun eğerek anket

¹ Seçmen sayısı istatistiksel olarak Ana kütle olarak tanımlanır.

² 2014 yılında AKP'si 177 milyon TL, CHP'si 92 milyon TL ve MHP'si 46 milyon TL hazine yardımı alacaktır. <http://www.trthaber.com/haber/gundem/hazine-yardimi-alan-siyasi-partilerin-kasasi-dolacak-114819.html>

sonuçlarını istenildiği yönde değiştirip yayınladıklarını ifade etti. (<http://posta212.com/guncel/anket-sirketlerine-baski>).

Andy-Ar Sosyal Araştırmalar Merkezi Genel Müdür Faruk Acar Bugün gazetesine verdiği mülakatta, araştırma şirketlerinin güvenilirliğinin kamuoyunda tartışılmasının önemli bir nedeni olarak seçim öncesinde ortaya çıkan naylon anket şirketlerini ve bunlara rağbet eden bazı siyasetçileri görmekte (http://gundem.bugun.com.tr/hangi-anket-dogru-haberi/1017308).

Tuncay Şur'a (20 Mart 2014 Taraf Gazetesi) göre birçok anket şirketinin siyasi partilerle ticari veya siyasi bağı mevcuttur. Anket şirketleri siyasi veya ticari pozisyonlarına göre anketlerde oynama yaparak oluşmuş olan seçmen algılarını korumak, oluşacak olanları etkilemek ve kararsız olan seçmeni manipülasyonlarla kendine çekmeyi amaçlamaktadırlar (http://www.taraf.com.tr/haber-anket-secimleri-ya-da-savasları-151110/).

MetroPoll araştırma şirketi başkanı Prof. Dr. Özer Sencar'da Bugün gazetesine verdiği mülakatta, anket şirketlerinin siyasi güçlerle girdiği çıkar ilişkilerinin siyasal baskı ve manipülasyon aracı olmalarında büyük payı olduğunu ifade etmektedir(http://gundem.bugun.com.tr/hangi-anket-dogru-haberi/1017308).

Yapılan akademik çalışmalarda seçim anketi yapan araştırma şirketlerinin yöneticilerinin yukarıda yapmış oldukları şikâyetlerde haklılık payı olduğunu göstermektedir.

Seçim anketleri seçmen davranışı üzerinde önemli ölçüde etkilidir ve seçimler öncesinde anket şirketlerinin açıkladıkları partilerin oy oranlarıyla seçmenlerin tercihlerini etkilediği yönünde kuvvetli bir kanaat vardır (Atar, 2006: 219).

Seçim anketlerinin asli amacı seçmen tercihlerini öğrenmek olmasına rağmen medya üzerinden geniş kesimlere ulaştığı düşünülürse seçmeni yönlendirici etkisi de inkâr edilemez (Bektaş, 2000: 239).

Seçim anketlerinin seçmen davranışı üzerinde olası iki tür etkisinden bahsedilebilir. Birincisi, seçmen hem güçlü olan gruba ait olma duygusuyla hem de çıkar beklentisiyle anketlerde önde olan partiye yönelebilir. İkincisi, seçmen sempaticanı olduğu siyasi görüşün (Sol, Sağ, Milliyetçi, İslamcı vs.) oylarını bölmek için o siyasi görüşün anketlerde önde giden partisine yönelebilir (Kaban, 1995: 70).

Elazığ ilinde 29 Mart 2009 yerel seçimlerinde anket sonuçlarının seçmen davranışları üzerine etkisini araştıran çalışmada, ankete katılanların % 77'si kamuoyu araştırmaları ve seçim anketlerinin siyasi tercihlerini etkilediğini ifade etmiştir (Doğan ve Göker, 2010: 184).

İzmir ilinde anket sonuçlarının seçmen davranışları üzerine etkisini araştıran çalışmada, ankete katılanların % 21,2'si anket sonuçlarının oy tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir ki bu önemli bir orandır (Baltacı ve Eke, 2012: 117).

Anket şirketlerinin de bir ticari işletme olduklarını düşünürsek aslında pazarda kalabilmeleri işlerini ne kadar iyi yapabildiklerine diğer bir ifadeyle tahminlerinin isabet derecesine bağlıdır. Yukarıdaki manipülasyonlara meyil eden ve dolayısıyla güvenilirliği sorgulanan anket şirketlerinin güvenilirlikleri test edilip derecelendirilebilirse piyasada uzun ömürlü kalmaları mümkün olmayacaktır.

Kredi derecelendirme kuruluşları bankaların kırılabilirliğini, yatırım analistleri borsada işlem gören şirketlerin yatırım yapılabilirliklerini analiz ve test ettikleri gibi sayıları ve pazarı gittikçe artan anket şirketlerinin güvenilirliklerinin de test edilebilmesi bir zorunluluktur. Çalışmanın bundan sonraki bölümleri basit istatistiksel analizlerle bu eksikliği gidermeye çalışacaktır. Şüphesiz ki bu çalışma bir başlangıçtır ve daha da geliştirilmeye ihtiyaç vardır.

2. 30 Mart 2014 Yerel Seçim Türkiye Geneli Anket Analizleri

30 Mart 2014 yerel seçimleri birçok yönleriyle Türkiye'de ilklerin yaşandığı bir yerel seçimdi. İlk olarak, Türkiye 30 Mart 2014 yerel seçimlerine 17 Aralık yargı darbesi teşebbüsü ve devamında yaşanan kaset darbelerinin etkisiyle bir genel seçim havasında girdi. Seçim meydanlarındaki söylemler yerel sorunlardan çok yargı darbesi ve kasetler üzerindendi. İkinci olarak, bir sivil toplum kuruluşu (Hizmet Hareketi) seçimlerde açıkça taraf olmasından dolayı seçim gündeminin merkezinde yer aldı.

Seçime etki edeceği düşünülen yeni etkenlerin ortaya çıktığı böyle bir ortamda seçim anketi yapan şirketlerin işi hiçte kolay değildi.

Tablo 1: 2014 Yerel Seçim Türkiye Geneli

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması ³
Resmi Sonuçlar 30 MART	45,5	27,8	15,3	6,1	
OPTİMAR 24-28 ŞUBAT	44,8	29,3	14,2	5,6	0,95
MAK 1-7 MART	46,9	30,1	14,3	5,8	1,25
GEZİCİ 12 MART	39,7	31,4	18,2	7,1	3,32
ORC 7-13 MART	45,4*	27,2*	16,1	6,3*	0,42*
GENAR 19 MART	46,9	30,1	14,3	5,8	1,25
KONSENSUS 19 MART	43	29	16,6	6,5	1,35
SONAR 19 MART	42,3	29,8	18,7	5,6	2,27
ANDY 19 MART	40,8	31,8	17,3	6,8	3,10
AG Araştırma 22-23 MART	45,3	25,4	17,3	7,5	1,50
KONDA 22-23 MART	46	27	15*	7	0,62
Ortalamadan Sapmalar⁴	2	1.95	1.58	0.63	

*En iyi tahmini göstermektedir. Tablo 1’de 10 farklı anket şirketlerinin Türkiye geneli için yayınladıkları anket sonuçları yapıldıkları tarih sırasına göre verilmiştir⁵. Tablonun ilk satırı 30 Mart 2014 yerel seçimlerinin resmi sonuçlarını vermektedir. Sonraki satırlar 10 anket şirketinin seçim tahminlerini verirken son satır 10 anket şirketinin resmi sonuçlardan sapmalarının ortalamasını vermektedir. Tablonun son sütunu ise anket şirketlerinin tahmin başarısını ölçmektedir.

Anket şirketlerinin AKP’si için ortalama sapması 2 puan iken BDP’si için sadece 0.63 puandır. AKP’nin oy oranı yüksek olduğundan sapmasının da yüksek olması istatistiksel olarak olağandır. Anket şirketlerinin tahmin başarıları ölçen asıl gösterge anket şirketlerinin ortalama sapmasıdır. ORC araştırma şirketinin Türkiye geneli için en başarılı tahmini yaptığını söyleyebiliriz. ORC şirketi AKP, CHP ve BDP’nin oy oranını en iyi tahmin ederken ortalama sapması sadece 0.42 puandır. KONDA 0.62 puan ortalama sapma ile en iyi ikinci tahmini yapan şirket olmuştur. GEZİCİ ve ANDY araştırma şirketleri sırasıyla 3.32 ve 3.10 ortalama sapma ile en başarısız tahmin yapan şirketler olmuştur. Üç genel seçim (2002, 2007,2011) ve iki yerel seçim (2004 ve 2009) tecrübesi yaşayan anket şirketlerinin birkaç istisna dışında Türkiye geneli için başarılı tahminler yaptığı söylenebilir.

3. 30 Mart 2014 Yerel Seçim Üç Büyükşehir Aanket Analizleri

Tablo 2: 2014 Yerel Seçim İstanbul

³ Her bir anket şirketinin 4 parti için resmi sonuçlardan sapmalarının ortalaması ayrı ayrı hesaplanmıştır.

⁴ 10 tane anket şirketinin resmi sonuçlardan sapmalarının ortalaması her bir parti için ayrı ayrı hesaplanmıştır.

⁵(http://tr.wikipedia.org/wiki/2014_T%C3%BCrkiye_yerel_se%C3%A7imleri).

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	47,9	40,1	4	4,8	
MAK 1-7 MART	45	37	5*	6	2,33
GEZİCİ 12 MART	48,6*	39,8*	5,4	6,2	0,8*
ORC 7-13 MART	46,3	37,4	7	6,3	2,43
GENAR 19 MART	45,3	40,6	5,6	4,7*	1,57
KONSENSUS 19 MART	44,4	40,8	6,2	5,7	2,13
SONAR 19 MART	45,3	40,6	5,6	3,8(D)	1,57
ANDY 19 MART	44,24	42,8	5,88	4,69	2,75
AG Araştırma 22-23 MART	46,8	36,5	8,1	6,6	2,93
Ortalamadan Sapmalar	2,40	5,30	2,1		

Tablo 2’de 8 farklı anket şirketinin İstanbul için yayınladıkları anket sonuçları verilmiştir⁶. Anket şirketlerinin AKP’si için ortalama sapması 2.4 puan iken CHP’si için 5.3 puandır. GEZİCİ araştırma şirketinin İstanbul için en başarılı tahmini yaptığını söyleyebiliriz. GEZİCİ şirketi AKP ve CHP’nin oy oranını en iyi tahmin ederken ortalama sapması sadece 0.8 puandır. GENAR ve SONAR 1.57 puan ortalama sapma ile en iyi ikinci tahmini yapan şirketler olmuştur. AG ve ANDY araştırma şirketleri sırasıyla 2.93 ve 2.75 ortalama sapma ile en başarısız tahmin yapan şirketler olmuştur. Bütün şirketler AKP’nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

Tablo 3: 2014 Yerel Seçim Ankara

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	44,6	43,8	7,9	1	
MAK 1-7 MART	47	35	14	1	5,76
GEZİCİ 12 MART	38,4	31,2	27,6	2,8	12,83
ORC 7-13 MART	46,9	36,8	13,5	2,8(D)	4,97
GENAR 19 MART	46,3	39,9	10,2	3,7	2,63
KONSENSUS 19 MART	42,6	44,4*	9,6*	0,9	1,43*

⁶<http://www.secimanketleri.org/konsensus-ankara-istanbul-ve-izmir-anketi>
<http://gundem.bugun.com.tr/adil-gur-secim-anketi-sonuclari-19-mart-2014--haberi/1022557>
<http://www.secimanketleri.org/sonarin-secimlere-12-gun-kala-yaptigi-son-anket/12>
<http://www.habergazete.com/haber-detay/1/45733/Son-SEciM-ANKETi-2014-Son-Secim-Anketleri-buyuksehirlerde-son-durum-ne-2014-03-19.html>

SONAR 19 MART	46,2	39,9	10,2	3,7(D)	2,6
ANDY 19 MART	40,86	41,34	15,47	2,33(D)	4,60
AG Araştırma 22-23 MART	43,8*	42,5	10,2	0	1,47
Ortalamadan Sapmalar	2,59	5,07	5,94		

Ankara için anket şirketlerinin AKP'si için ortalama sapması 2.59 puan iken CHP'si için 5.07 ve MHP'si için 5.94 puandır. MHP ve CHP'nin ortalama sapmalarının yüksek çıkmasının nedeni MHP'den CHP'ye kayan oyların tahmin edilemediğini göstermektedir. KONSENSUS araştırma şirketi Ankara'da CHP ve MHP'nin oy oranını en iyi tahmin ederken 1.43 puan ile de en düşük ortalama sapmaya sahip olmasına rağmen Ankara için kazananı doğru tahmin edememiştir. AG şirketi 1.47 puan ortalama sapma ile en iyi ikinci tahmini yapan şirket olmuştur. GEZİCİ ve MAK araştırma şirketleri sırasıyla 12.8 ve 5.76 ortalama sapma ile en başarısız tahmin yapan şirketler olmuştur. KONSENSUS ve ANDY dışında bütün şirketler AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

Tablo 4: 2014 Yerel Seçim İzmir

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	36	49,6	8	3,4	
MAK 1-7 MART	44	43	6	2	6,87
GEZİCİ 12 MART	38,7	45,6	14,1	1,6(D)	4,27
ORC 7-13 MART	38,5	43,6	7,4	3,5(D)	3,03
GENAR 19 MART	31,6	51,3	8,1*	8,9(D)	2,06
KONSENSUS 19 MART	34,9	50,5*	10,2	3,1	1,4*
SONAR 19 MART	31,6	51,3	8,1*	8,9(D)	2,06
ANDY 19 MART	37,48	47,24	12,12	3,16(D)	2,47
AG Araştırma 22-23 MART	35,9*	47,6	10,4	0	1,5
Ortalamadan Sapmalar	3,08	3,16	2,20		

İzmir için KONSENSUS şirketi CHP'nin oy oranını en iyi tahmin ederken 1.4 puan ile de en düşük ortalama sapmaya sahiptir. AG şirketi 1.5 puan ortalama sapması ile en iyi ikinci tahmini yapan şirket olmuştur. MAK ve GEZİCİ araştırma şirketleri sırasıyla 6.87 ve 4.27 ortalama sapma ile en başarısız tahmin yapan şirketler olmuştur. MAK dışında bütün şirketler CHP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

Üç büyükşehir için yapılan anket sonuçları ile Türkiye geneli için yapılan anket sonuçları karşılaştırıldığında aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilir.

1. Anket şirketlerinin üç büyükşehir için yaptıkları seçim tahminlerin gerek partiler bazında ortalamadan sapması gerekse şirket ortalama sapmaları Türkiye geneli ile kıyaslandığında çok yüksektir. Buradan anket şirketlerinin üç büyükşehir için yaptıkları seçim tahminlerinin Türkiye geneli için yaptıkları seçim tahminlerinden daha başarısız olduğu sonucu çıkmaktadır.
2. Türkiye geneli için en iyi tahmini yapan ORC şirketi aynı başarıyı üç büyükşehir tahminlerinde gösterememiştir. Üç büyükşehirin ikisinde (Ankara ve İzmir) KONSENSUS şirketi en iyi tahmini yapmış olmasına rağmen Ankara'da birinci partiyi doğru tahmin edememiştir. GEZİCİ şirketi İstanbul için en iyi tahmini yapmış olmasına rağmen Ankara için en başarısız tahmini yapmıştır.

Sonuç olarak üç büyükşehir için yapılan tahminlerde başarıyla öne çıkan bir şirket yoktur.

4. 30 Mart 2014 Yerel Seçim Büyükşehirler Anket Analizleri

Bu bölümde 3 şirket tarafından açıklanan 27 büyükşehir anket sonuçları iki ana grupta incelenecektir⁷. Birinci grupta tarihsel olarak ve önceki anket sonuçlarına göre seçim yarışının çekişmeli geçmesi beklenen büyükşehirler (Adana, Antalya, Balıkesir, Eskişehir, Hatay, Manisa, Mardin, Mersin, Tekirdağ ve Van) yer alırken ikinci grupta kazananın büyük ölçüde belli olduğu ve seçim çekişmenin yaşanmayacağı varsayılan büyükşehirler (Aydın, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, Gaziantep, Kahramanmaraş, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Muğla, Ordu, Sakarya, Samsun, Şanlıurfa, Trabzon) yer almaktadır.

2014 Yerel Seçim Adana

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	31,9	24,8	33,4	7,3	
MAK 1-7 MART	28	25*	29	6	2,83
GEZİCİ 12 MART	31,4*	25,2	35,5	7,9	1,00*
ORC 7-13 MART	30,5	27,1	32*	4,9(D)	1,7
Ortamadan Sapmalar	1,93	0,97	2,3		

Adana için GEZİCİ araştırma şirketi 1.0 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken MAK araştırma şirketi 2.83 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette MHP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Antalya

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	35,8	35,3	24,4	2,2	
MAK 1-7 MART	39	37*	15	4	4,77*

⁷<http://www.memurlar.net/album/5084/>

<http://www.gercekgundem.com/galeri/yerel-secim/1007/30-buyuksehirde-son-yerel-secim-anketi>

<http://www.memleket.com.tr/bugun-secim-olsa-30-buyuksehirde-son-durum-gezici-1099g.htm>

GEZİCİ 12 MART	36,5*	42,5	17,5*	3,5	4,93
ORC 7-13 MART	33,1	39	15,4	3,5(D)	5,13
Ortalamadan Sapmalar	2,2	4,2	8,43		

Antalya için MAK araştırma şirketi 4.77 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 5.13 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Sadece MAK şirketi AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir. Üç anket şirketi de MHP'nin oyunu olduğundan çok düşük tahmin etmiştir.

2014 Yerel Seçim Balıkesir

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	39,8	25,3	31,6	1	
MAK 1-7 MART	40*	17	34	3	2,84*
GEZİCİ 12 MART	32,2	25,7*	42,1	0	3,37
ORC 7-13 MART	29,1	27,4	32*	3,2(D)	4,4
Ortalamadan Sapmalar	6,17	3,6	4,43		

Balıkesir için MAK araştırma şirketi 2.84 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 2.83 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Sadece MAK şirketi AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Eskişehir

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	39,1	44,8	11,2	0	
MAK 1-7 MART	43	45*	5	2	3,43
GEZİCİ 12 MART	39,5*	47,1	13,4	0	1,63*
ORC 7-13 MART	32,5	43	12,7*	3,6(D)	3,3
Ortalamadan Sapmalar	3,63	1,43	3,3		

Eskişehir için GEZİCİ araştırma şirketi 1.63 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken MAK araştırma şirketi 3.43 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette CHP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Hatay

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	40,4	40,9	15,4	1,4	

MAK 1-7 MART	45	36	7	3	5,96
GEZİCİ 12 MART	34,2	36,1	28,5	1,2(D)	8,03
ORC 7-13 MART	39,6	38,1	15	2,5(D)	1,33*
Ortalamadan Sapmalar	3,86	4,16	7,3		

Hatay için ORC araştırma şirketi 1.33 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahip olmasına rağmen çok yakın geçen yarışta kazananı doğru tahmin edememiştir. GEZİCİ araştırma şirketi 8.03 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Sadece GEZİCİ şirketi CHP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Manisa

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	36,7	18,3	40,1	2,5	
MAK 1-7 MART	36*	18*	34*	3	2,36*
GEZİCİ 12 MART	38,7	24,8	33,7	2,8	2,96
ORC 7-13 MART	34,2	30,1	26	3,5(D)	9,56
Ortalamadan Sapmalar	1,73	6,2	8,86		

Manisa için MAK araştırma şirketi 2.36 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 9.56 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin edememiştir.

2014 Yerel Seçim Mardin

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	37,6	0	0	52,1	
MAK 1-7 MART	44	3	0	46	3,87
GEZİCİ 12 MART	40,5	4,8	3,4	51,3*	2,97*
ORC 7-13 MART	38,1*	12,3	0	39,5	6,35
Ortalamadan Sapmalar	3,26	6,7	1,13	6,5	

Mardin için GEZİCİ araştırma şirketi 2.97 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 6.35 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette BDP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Mersin

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	27,9	28,2	32,1	9,8	
MAK 1-7 MART	27*	29*	28	8	1,9
GEZİCİ 12 MART	22,9	37,5	29,8	9,8*	4,14
ORC 7-13 MART	24,7	29,1	31,6*	7,4	1,75*
Ortalamadan Sapmalar	3,03	3,66	2,3	1,4	

Mersin için ORC araştırma şirketi 1.75 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken GEZİCİ araştırma şirketi 4.14 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Sadece ORC şirketi MHP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Tekirdağ

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	37,2	45,8	12,7	1,7	
MAK 1-7 MART	36	44*	12*	6(D)	1,23*
GEZİCİ 12 MART	38,5	42,3	16,2	3(D)	2,76
ORC 7-13 MART	37,4*	36,3	15,1	3,5(D)	4,03
Ortalamadan Sapmalar	0,84	4,93	2,2		

Tekirdağ için MAK araştırma şirketi 1.63 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 4.03 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. MAK ve GEZİCİ şirketleri CHP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Van

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	40,8	0,7	0	54,1	
MAK 1-7 MART	47	5	4	44	6,15
GEZİCİ 12 MART	42,8*	4,2	6,8	46,2*	4,97*
ORC 7-13 MART	38,3	9,1	0	38,9	6,25
Ortalamadan Sapmalar	3,56	5,4	3,6	11,06	

Van için GEZİCİ araştırma şirketi 4.97 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 6.25 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. ORC ve GEZİCİ şirketleri BDP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir. Üç şirketinde BDP'in oylarını belirgin bir şekilde gerçekten düşük tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Aydın

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	29,1	43,7	21,5	3	
MAK 1-7 MART	29*	32	31	2	7,1
GEZİCİ 12 MART	17,5	65,5	13,8	3,6	13,7
ORC 7-13 MART	28,1	47,4*	18,5*	2,4(D)	2,57*
Ortalamadan Sapmalar	4,23	12,4	6,73		

Aydın için ORC araştırma şirketi 2.57 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken GEZİCİ araştırma şirketi 13.7 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette CHP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Bursa

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	49,5	28,7	15,3	2	
MAK 1-7 MART	50*	27	14	2	1,15*
GEZİCİ 12 MART	44,8	33,9	17,8	3,5(D)	4,13
ORC 7-13 MART	42,6	29*	14,5*	4,2(D)	2,67
Ortalamadan Sapmalar	4,03	2,4	1,53		

Bursa için MAK araştırma şirketi 1.15 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken GEZİCİ araştırma şirketi 4.13 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Denizli

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	45,3	38,8	11,9	1,1	
MAK 1-7 MART	42	32	21	1	6,4
GEZİCİ 12 MART	40,8	34,5*	20,5	4,2	5,8
ORC 7-13 MART	44*	28,9	17,3*	3(D)	5,53*
Ortalamadan Sapmalar	3,03	7	7,7		

Denizli için ORC araştırma şirketi 5.53 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken MAK araştırma şirketi 6.4 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç

şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir. Üç şirkette MHP'in oylarını belirgin bir şekilde gerçekten yüksek tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Diyarbakır

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	35	1,2	0	55,1	
MAK 1-7 MART	43	0*	0	50*	4,77*
GEZİCİ 12 MART	47,3	2,4	0	47,8	6,93
ORC 7-13 MART	38,3*	3,5	0	44,5	5,4
Ortalamadan Sapmalar	7,87	1,57	0	7,67	

Diyarbakır için MAK araştırma şirketi 4.47 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken GEZİCİ araştırma şirketi 6.93 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette BDP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Erzurum

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	58,8	0	29	6,2	
MAK 1-7 MART	54*	2*	34*	2	3,93*
GEZİCİ 12 MART	49,7	2,1	46,9	1,3(D)	9,7
ORC 7-13 MART	42,5	7,9	35	2,6(D)	10,06
Ortalamadan Sapmalar	10,06	4	9,63		

Erzurum için MAK araştırma şirketi 3.93 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 10.06 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir. Üç şirkette MHP'in oylarını belirgin bir şekilde gerçekten yüksek tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Gaziantep

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	54,1	21,7	12	6,1	
MAK 1-7 MART	54*	28	7	5	3,80*
GEZİCİ 12 MART	50,5	27,5*	9,5	12,5	3,97
ORC 7-13 MART	43,6	32	12,5*	3,5(D)	7,1
Ortalamadan Sapmalar	4,73	5,47	2,67		

Gaziantep için MAK araştırma şirketi 3.8 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 7.1 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Kahramanmaraş

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	58,7	6,1	30,9	1	
MAK 1-7 MART	60*	5*	26	1	2,43*
GEZİCİ 12 MART	50,7	15,6	29,2*	4,5(D)	6,4
ORC 7-13 MART	50,7	13,6	27	3,5(D)	6,46
Ortalamadan Sapmalar	5,76	6,03	3,5		

Kahramanmaraş için MAK araştırma şirketi 2.43 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 6.46 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Kayseri

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	58,5	8,8	27,2	0	
MAK 1-7 MART	63	11*	20	0	4,63
GEZİCİ 12 MART	54,7*	12,1	24,2	9	3,36*
ORC 7-13 MART	54	13,5	24,9*	2,5(D)	3,83
Ortalamadan Sapmalar	4,4	3,4	4,63		

Kayseri için GEZİCİ araştırma şirketi 3.36 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken MAK araştırma şirketi 4.63 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Kocaeli

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	50,6	26,2	14,1	2	
MAK 1-7 MART	52*	30	7*	2	4,1*
GEZİCİ 12 MART	40,5	29,9	23,1	6,5(D)	7,6
ORC 7-13 MART	41,2	27*	20	4,1(D)	5,36
Ortalamadan Sapmalar	6,96	2,76	7,33		

Kocaeli için MAK araştırma şirketi 4.1 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken GEZİCİ araştırma şirketi 7.6 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Konya

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	64,3	5,7	18,5	7,5(SP)	
MAK 1-7 MART	65*	4*	15	1	1,96*
GEZİCİ 12 MART	68,2	10,4	16,2	5,2	2,1
ORC 7-13 MART	56,3	10,1	20,5*	4,9(D)	5,8
Ortalamadan Sapmalar	4,2	3,6	2,6		

Konya için MAK araştırma şirketi 1.96 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 5.8 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Malatya

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	62,9	16,7	7,5	10(SP)	
MAK 1-7 MART	50	15*	7*	1	5,03*
GEZİCİ 12 MART	50,5*	22,4	18,2	8,9(D)	9,6
ORC 7-13 MART	45	28,3	13	5,5(D)	11,6
Ortalamadan Sapmalar	14,4	6,33	5,56		

Malatya için MAK araştırma şirketi 5.03 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 11.6 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir. Üç şirkette AKP'in oylarını belirgin bir şekilde gerçekten düşük tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Muğla

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	29,1	49,1	18,2	1,4	
MAK 1-7 MART	28*	37	27	2	7,33
GEZİCİ 12 MART	24,4	42,6	26,8	6,2	6,6
ORC 7-13 MART	26,5	45,7*	19*	3,1(D)	2,26*

Ortalamadan Sapmalar	2,8	7,3	6,06		
-----------------------------	------------	------------	-------------	--	--

Muğla için ORC araştırma şirketi 2.26 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken MAK araştırma şirketi 7.33 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette CHP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Ordu

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	54,4	34,2	8,2	1(SP)	
MAK 1-7 MART	46*	44	7*	3(D)	6,45*
GEZİCİ 12 MART	43,2	43,1	9,5	4,2	7,13
ORC 7-13 MART	34,6	33,5*	17,1	4(D)	9,8
Ortalamadan Sapmalar	13,13	6,45	3,8		

Ordu için MAK araştırma şirketi 6.45 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 9.8 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir. Üç şirkette AKP'in oylarını belirgin bir şekilde gerçekten düşük tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Sakarya

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	57,9	9,2	27,1	3,2(SP)	
MAK 1-7 MART	48*	28	9	15(D)	15,6
GEZİCİ 12 MART	44,1	26,7	25,9*	3,9	10,83
ORC 7-13 MART	43,8	15,2*	31,6	3,9(D)	8,2*
Ortalamadan Sapmalar	12,6	14,1	7,93		

Sakarya için ORC araştırma şirketi 8.2 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken MAK araştırma şirketi 15.6 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir. Üç şirkette AKP'in oylarını belirgin bir şekilde gerçekten düşük ve CHP'nin oylarını gerçekten yüksek tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Samsun

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	54	16	26,1	1,8(SP)	
MAK 1-7 MART	45	24*	23	8(D)	6,7*
GEZİCİ 12 MART	46,5*	27,6	23,8*	2,1	7,1

ORC 7-13 MART	41,8	29,3	17,8	3,2(D)	11,26
Ortalamadan Sapmalar	9,56	10,96	4,56		

Samsun için MAK araştırma şirketi 6.7 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 11.26 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir. Üç şirkette AKP'in oylarını belirgin bir şekilde gerçekten düşük ve CHP'nin oylarını gerçekten yüksek tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Şanlıurfa

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	60,8	2	2,6	30,7	
MAK 1-7 MART	58	4	1	30	1,75*
GEZİCİ 12 MART	66,5	7,5	8,2	17,8	7,42
ORC 7-13 MART	43,5	9	0	30,2	6,85
Ortalamadan Sapmalar	8,6	4,83	2,46	4,53	

Kahramanmaraş için MAK araştırma şirketi 1.75 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken GEZİCİ araştırma şirketi 7.42 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir.

2014 Yerel Seçim Trabzon

Siyasi Partiler	AKP	CHP	MHP	BDP	Şirket Ortalama Sapması
Resmi Sonuçlar 30 MART	58,4	24,4	11,6	4,1(SP)	
MAK 1-7 MART	47*	40	6	7(D)	10,8*
GEZİCİ 12 MART	43,2	41,5	7,5*	7,8	12,13
ORC 7-13 MART	35	30,1*	23,7	4,1(D)	13,73
Ortalamadan Sapmalar	16,6	12,8	7,26		

Trabzon için MAK araştırma şirketi 10.8 puan ile en düşük ortalama sapmaya (ey iyi tahmin) sahipken ORC araştırma şirketi 13.73 puan ile en yüksek ortalama sapmaya (en başarısız tahmin) sahiptir. Üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını doğru tahmin etmişlerdir. Üç şirkette AKP'in oylarını belirgin bir şekilde gerçekten düşük ve CHP'nin oylarını gerçekten yüksek tahmin etmişlerdir.

Kent ölçeği küçüldükçe seçmenlerin ülkenin içinde bulunduğu genel siyasal havadan daha az etkilenmekte ve siyasi kırılganlıklar daha az olmaktadır. Özellikle askeri darbe ve müdahalelerin ardından gerçekleştirilen yerel seçimlerde büyük kentlerde tepki oylarının küçük kentlere göre daha üst düzeye çıktığı ve bu açıdan büyük kentlerin muhalefetin ya da tepkinin daha kolay yaşama geçtiği mekânlar olduğu görülmektedir (Örsan, 2004: 17).

Türkiye'de özellikle yerel seçimlerde kent ölçeklerinin seçmenlerin oy verme davranışında belli siyasal eğilimleri tercihte ve bir siyasal eğilimden diğerine kaymada da önemli etkisi bulunmaktadır.

Küçük kentler “oyun yönü” bakımından büyük kentlere göre daha “tutucu” özellikler Gösterirken büyük kentlerde ise “oyun yönünde” konjonktüre göre önemli kaymalar görülmektedir (Çınar, 2007: 62).

Siyaset bilimi özetle kent ölçeği büyüdükçe seçmenin daha az tutucu olacağını ve partiler arasındaki oy geçişinin daha fazla olacağını ileri sürmektedir. Bunun bir çıkarımı olarak seçmenin tutucu olduğu küçük kentlerde seçmen tercihlerinin daha az değişken olduğundan tahminlerinde daha isabetli olması beklenmektedir. Sonuçlar göstermiştir ki yerele (küçük kentlere) inildikçe tahminlerin isabetinde bir artış yoktur.

İstatistiksel olarak anket şirketleri 30 büyükşehirin bazılarında pozitif ve bazılarında negatif sapma yapacaklarından ortalama sapmasının düşük çıkması beklenir. Aşağıdaki tablo 3 anket şirketinin 30 büyükşehirde 3 parti için ortalama sapmalarını vermektedir.

Tablo 5: Anket Şirketlerinin 30 Büyükşehir için ortalama sapması⁸

Ortalama Sapma	AKP	CHP	MHP
ORC	-5,98	0,09	0,61
MAK	-0,73	0,29	-1,81
GEZİCİ	-3,71	4,06	3,08

Üç anket şirketi de AKP için negatif ortalama sapmaya sahiptir. Bu sonuç üç anket şirketinin de iller bazında AKP'nin oyunu ortalama olarak olduğundan düşük tahmin ettiklerini göstermektedir. Aynı anket şirketleri CHP için pozitif ortalama sapmaya sahiptir. Üç anket şirketi de iller bazında CHP'nin oyunu ortalama olarak olduğundan yüksek tahmin etmişlerdir. Bu sonuçlar kamuoyunda oluşan algının tersine anket sonuçlarından en fazla AKP'nin olumsuz ve CHP'nin olumlu etkilendiğini göstermektedir. Özellikle GEZİCİ anket şirketinin CHP ve MHP'yi iller bazında yüksek gösterirken AKP'yi düşük göstermesi dikkat çekicidir.

Sonuç

30 büyükşehir için yapılan anket sonuçlarını seçim sonuçları ile karşılaştırdığımızda aşağıdaki sonuçlara ulaşabiliriz.

1. Anket şirketlerinin üç büyükşehir için yaptıkları seçim tahminlerin gerek partiler bazında ortalamadan sapması gerekse şirket ortalama sapmaları Türkiye geneli ile kıyaslandığında çok yüksektir. Buradan anket şirketlerinin üç büyükşehir için yaptıkları seçim tahminlerinin Türkiye geneli için yaptıkları seçim tahminlerinden daha başarısız olduğu sonucu çıkmaktadır.

2. Türkiye geneli için en iyi tahmini yapan ORC şirketi aynı başarıyı üç büyükşehir tahminlerinde gösterememiştir. Üç büyükşehir ikisinde (Ankara ve İzmir) KONSENSUS şirketi en iyi tahmini yapmış olmasına rağmen Ankara'da birinci partiyi doğru tahmin edememiştir. GEZİCİ şirketi İstanbul için en iyi tahmini yapmış olmasına rağmen Ankara için en başarısız tahmini yapmıştır.

3. İstanbul, Ankara ve İzmir hariç 27 büyükşehirim 16 tanesinde MAK, 6 tanesinde ORC ve 5 tanesinde GEZİCİ şirketi en iyi tahmini yapmıştır. MAK anket şirketinin diğerlerine kıyasla daha başarılıdır. MAK şirketinin tüm iller için ortalama sapması 5.7 puan iken ORC'nin 6.3 ve GEZİCİ'nin 6.8 puandır.

4. Anket şirketleri en fazla sapmaya 5.7 puan ile AKP'de yapmışken onu 5.5 puan ile CHP ve 4.6 puan ile MHP takip etmiştir.

⁸ Her bir anket şirketi için iller bazında resmi sonuçlardan sapması toplanarak il sayısına bölünmek suretiyle bulunmuştur.

5. Tarihsel olarak ve önceki anket sonuçlarına göre seçim yarışının çekişmeli geçmesi beklenen büyükşehirlerde (Adana, Antalya, Balıkesir, Eskişehir, Hatay, Manisa, Mardin, Mersin, Tekirdağ ve Van) MAK şirketinin ortalama sapması 4.3 puan iken ORC'nin 4.6 ve GEZİCİ'nin 5.4 puandır. Bu büyükşehirlerde anket şirketleri en fazla sapmaya 4.2 puan ile CHP ve MHP için yapmışken onları 2.9 puan ile AKP takip etmiştir.

6. Kazananın büyük ölçüde belli olduğu ve seçim çekişmenin yaşanmayacağı varsayılan büyükşehirlerde (Aydın, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, Gaziantep, Kahramanmaraş, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Muğla, Ordu, Sakarya, Samsun, Şanlıurfa, Trabzon) GEZİCİ şirketinin ortalama sapması 7.6 puan iken ORC'nin 7.7 ve MAK'ın 8.2 puandır. Bu büyükşehirlerde anket şirketleri en fazla sapmaya 7.8 puan ile AKP, 6.6 puan ile CHP ve 4.9 puan ile MHP için yapmıştır.

7. Seçim yarışının çekişmeli olduğu birinci grup büyükşehirlerde ortalama sapmalar gerek şirketler ve gerekse partiler açısından diğer gruba göre daha düşüktür. Bu araştırma şirketlerinin seçim yarışının çekişmeli olduğu birinci grup büyükşehirlerde daha titiz çalışma yaparken kazananın büyük ölçüde belli olduğu ve seçim çekişmenin yaşanmayacağı varsayılan büyükşehirlerde aynı hassasiyeti göstermediklerine işaretir.

8. Manisa'da üç şirkette AKP'nin birinci parti olacağını öngörürken ipi MHP göğüslemiştir.

9. Malatya, Ordu, Sakarya, Samsun, Trabzon ve Van'da gerek partiler bazında ortalama sapma gerekse şirket ortalama sapmaları çok yüksektir. Buralardaki partilerin yüksek oy oranları tahmin edilememiştir.

10. Son olarak üç anket şirketi de iller bazında AKP'nin oyunu olduğundan düşük tahmin ederken GEZİCİ şirketi MHP (+4puan) ve CHP'nin (+3puan) oylarını iller bazında ortalama yüksek göstermiştir.

KAYNAKÇA

- AKBULUT, Ö. Örsan; (2004), “Yerel Seçimlerin Yerelliği”, *Kamu Yönetimi Dünyası*, 17, ss. 43-48.
- ATAR, Yavuz; (2006), “Seçim Hukukunun Güncel Sorunları”, *Anayasa Yargısı Dergisi*, 23, ss. 211-237.
- BALTACI, Cemal ve EKE, Cemal; (2012), *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1), ss. 115-126.
- BEKTAŞ, Arsev; (2000), *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- ÇINAR, Tayfun; (2007), “Yerel Seçimlerde Kent Büyüklüğü ile Oy Vermenin Yönü Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği 1963-1999”, *A.Ü.SBF Dergisi*, 62(3), ss. 141-165.
- DOĞAN, Adem ve Göksel GÖKER; (2010), “Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmeni Örneği)”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), ss. 159-187
- KABAN Z. Y.; (1995), “Türkiye’de Araştırma Şirketleri, Yaptıkları Siyasi Kamuoyu Araştırmaları ve Seçmen Tercihi üzerine Etkileri”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.