

DEĞER ve FİYAT

Değer-Fiyat kuramına farklı bir yaklaşım

H. Gürak

www.hasmendi.net

hasmendi@gmail.com

DEĞER ve FİYAT*

Değer-Fiyat kuramına farklı bir yaklaşım

ÖZET

Geleneksel "denge" doktrinlerinin devamı olan günümüz iktisat bilimi ütopyik varsayımları, robotlardan farksız bireyleri, mekanik ilişkileri, tarihsel sürecin yanı sıra kültürün, kurumların, psikolojinin etkilerin dışlayan sanal akademik modelleriyle bir çeşit masala, hatta efsaneye dönüşmüştür. Jevons, Menger, Walras gibi iktisatçılar ve onların taraftarları, 1870'li yıllardan beri fizik-astronomi gibi doğa bilimlerinden esinlenerek bağımsız ve "evrensel" yasaları olan bir iktisat bilimi (!) oluşturmaya çalışmışlardır. Zaman içinde örnek alınan doğa bilimleri yeni paradigmalara geliştirirken, iktisat bilimi (!) kesin neden-sonuç ilişkileri üzerine kurulu Newton mekaniğine sadık kalmakla birlikte gelişmelerin de gerisinde kalmıştır.

Tüm iktisadi kuramların temeli olan değer-fiyat kuramı, bilimsel (!) iktisadın gelişme gösteremeyen çok önemli bir dalıdır. Bu çalışmada geleneksel doktrinlerden farklı olarak, tüm iktisadi değerlerin yaratıcısı olan zihinsel-emek olgusunu temel alan alternatif bir kuram oluşturulmaya çalışılacaktır.

* YK-Economic Review dergisinde, Haziran-2004, Vol.15, No.1'de yayınlandı.

"Zihinsel emek ve teknolojik yenilik kavramları, emek-değer kuramlarının neresinde yer alıyor?"

Giriş

1950'li yıllara kadar teknolojik yenilikleri, geleneksel büyüme kuramları içinde görmek mümkün değildir. Ancak, Solow'un katkılarında sonra önce teknolojik yeniliklerin, daha sonra da, özellikle de 1960'lı yıllardan itibaren, beşeri sermaye (emeğin niteliği) kavramlarının "yeniden" keşfedildiklerini ve zaman içinde giderek artan sayıda çalışmada yer aldıklarını görürüz. Artık günümüz iktisatçıları arasında bu iki unsuru dikkate almayan, göz ardı eden araştırmacı kalmadı diyebiliriz. Bir çok eksikliklerine veya ütöpik yaklaşımlarına karşın, günümüz büyüme kuramlarının 1950'ler öncesine göre artık çok daha gerçekçi olduklarını söyleyebiliriz. Ama hala alınması gereken çok yol var.

Büyüme kuramlarındaki bu olumlu gelişmelere karşın, iktisadi kuramların temel taşı olan değer-fiyat kuramı hakkında aynı olumlu şeyleri söylemek maalesef şimdilik olanaksız görünüyor. Ne emeğin zihinsel niteliklerinin (human-capital) ne de teknolojik yeniliklerin, değer-fiyat oluşumuna etkileri kuramlara entegre edilebilmiş değiller. Eskiye kıyasla daha gerçekçi ve sağlıklı bir temel yapı hala oluşturulamamıştır. Dolayısıyla, yapılan tüm iktisadi analizlerin ne kadar yararlı ve sağlıklı oldukları müphemdir ve sorgulanmalıdır.

Hipotez

Bu çalışmada bir hipotezin doğruluğu tartışılacaktır. Hipotez şöyledir: **doğanın sunduğu varlıklara eklenen her türlü değerın kaynağı işgücünün emeğidir**, daha net bir ifadeyle, **zihinsel ve bedensel emeğidir**.

Değer yaratan-ekleyen asıl kaynak, sürekli olarak "yeni fikirler", daha doğrusu doğanın varlıklarını işlemeye ve tüketilen faydalı ürünlere dönüştürmeye yarayan "teknolojik yenilikleri" üreten zihinsel emektir. Bedensel emek ise zihinsel emeğin oluştuğu yer olan beyinden aldığı komutları uygulayarak, zihinsel emeğe yardımcı bir rol oynar.

Çalışmada analizi yapılacak olan ekonomik ilişkiler, değiş-tokuş amacıyla üretim yapan bir toplumun ilişkileridir. Diğer bir deyişle, pazar ekonomisinin olduğu bir ekonomideki ilişkilerin analizi yapılarak değer-fiyat ile ilgili hipotezin geçerliliği tartışılacaktır.

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı gibi işgücünün emeği temel kavramdır, ama Klasik iktisatçıların, özellikle de Marx'ın, yaklaşımından farklı bazı özellikleri vardır. Yaratılan-eklenen her türlü değerın kaynağının işgücünün emeği olduğu hipotezine karşın, emeğın miktarının "değişmez" bir değer ölçüsü, veya "artık" veya "ödenmemiş ücret" olmadığı görüşü savunulmaktadır. Ayrıca, ürün takasında (ticarette) kullanılan "harcanan emek-zaman" yönteminin, gerçekçi ve geçerli bir seçenek olmadığı görüşü benimsenmiştir.

Talebi veri olarak kabul edersek, zihinsel emeğın ürünü olan teknolojik yenilikler sayesinde "yeni takas ilişkileri" oluşur. Başka bir ifadeyle, insan zihninin ürettiği yeni teknolojiler, değiş-tokuş ilişkilerindeki göreceli değerlerin ve fiyatın oluşumunda önemli bir rol oynarlar. Marshall'ın bir zamanlar dediği gibi:

İnsan maddi şeyler üretemez... aslında yeni fikirler üretebilir... onun çabaları ve özverileri sonucu maddenin biçimi veya düzeni isteklerin tatmini için daha iyi uyumlu hale gelir. Fiziksel dünyada yapabileceği şey ya maddeyi daha faydalı olması için uyarlamak, ... ya da doğa tarafından daha yararlı olmasını sağlamaktır... (Man cannot create material things. ... indeed he may produce new ideas ... his efforts and sacrifices result in changing the form or arrangement of matter to adapt it better for the satisfaction of wants. All that he can do in the physical world is either to readjust matter so to make it more useful, ... or to put it in the way of being made more useful by nature...)

(Marshall; 1990; 53)

Çalışma, önce "göreceli" değer- fiyat analizi ve ardından da "reel" değer- fiyat analizi üzerine odaklanacaktır. Göreceli değer- fiyat analizine öncelikle yer verilmesinin nedeni "gerçek" odluları ve ilişkileri daha iyi açıklayabildikleri için değil, Klasik iktisatçılar döneminden beri göreceli analizler yapmak bir gelenek haline geldiği içindir.

Neden değer- fiyat kuramı?

Değer- fiyat kuramı, iktisadi kuramların belkemiğidir demek yanlış olmaz. Her iktisadi analizin veya öngörünün temel yapıtaşdır, çünkü tüketiciler tercihlerini belirlerken, girişimciler yatırım kararları veririrken, ticaret yapılırken, fiyat hep kararları etkileyici önemli bir role sahiptir. Piyasadan gelen fiyat sinyalleri, gelir dağılımı, büyüme, enflasyon, istihdam gibi bir çok önemli değişkenin yönünü ve gelişimini temelden etkiler. Bu nedenler dolayısıyla mantıklı, tutarlı ve en önemlisi gerçekçi, yani gerçek olgu ve ilişkileri algılamamıza ve öngöründe bulunmamıza, sağlıklı politikalar üretebilmemize yardımcı olabilen, bir değer- fiyat kuramının varlığı hayati öneme sahiptir. Maalesef geleneksel "denge" doktrinlerinin böyle özellikleri olduğu söylenemez.

Gerçekçi bir değer-fiyat kuramının sadece metaların (fiziksel malların) değiş-tokuş oranlarını, yani iki ürünün göreceli fiyatlarını, açıklaması yeterli değildir. Piyasada satılan metaların mutlak satış değerlerini açıklayabilmesi gerekir. Ayrıca geleneksel denge kuramlarında genellikle göz ardı edilen, "üvey evlat" hizmet sektöründeki göreceli ve mutlak fiyatları da açıklayıcı olması gerekir. Çünkü gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde hizmet üreten sektörlerin sadece GSYİH içindeki oransal payı değil, istihdam içindeki payı ve büyümeye etkileri de meta üreten sanayi sektörlerinkinden büyüktür; ve bu oranlar giderek daha büyüyecek gibi görünmektedir.

Gerçekçi bir değer-fiyat kuramından başka bir beklenti, belki de en önemli olanı, değer-fiyatın nasıl belirlendiği ve değişimi yanı sıra oluşan fiyatın ücret, kâr, faiz ve gelir dağılımını nasıl etkilediğinin de açıklayabilmesidir. Ancak o zaman ekonomik ilişkilerin yapısını ve etkilerini daha iyi algılayabilir, sorunlara sağlıklı çözümler önerebiliriz. Böyle bir kuram, büyüme, uluslararası ticaret gibi diğer önemli kuramlar üzerinde zincirleme etki yaparak, yeni ve daha işlevsel kuramların oluşmasına da katkı yapacaktır.

Yöntem

Schumpeter'in haklı olarak işaret ettiği gibi:

"... aslında biz genellikle kendi görüşlerimizden değil; halkın kafasında yer etmiş olan bizden öncekilerin çalışmalarından veya düşüncelerinden yola çıkarız." "... in practice we mostly do not start from a vision of our own but from the work of our predecessors or from ideas that float in the public mind."

(Schumpeter, 1954; 562)

Bu çalışmada, tüm iktisatçıların eğitiminde ve düşünce yapısında kaçınılmaz olarak yer edinen geleneksel denge kuramlarının etkisinde kalmamaya çalışılarak farklı bir analiz oluşturulmaya çalışılacaktır. Bu kolay bir görev olmayacaktır. Keynes'in de bir zamanlar vurguladığı gibi:

"Zor olan yeni düşünceler değildir; çoğumuzun gelişimiyle birlikte oluşan ve beynimizin her köşesinde yer edinen, dallanan, budaklanan, eski düşüncelerden kurtulabilmektir." "The difficulty lies, not in the new ideas, but in escaping from the old ones, which ramify, for those brought up as most of us have been, into every corner of our minds."

(Keynes, 1973; Önsöz, s.xxiii)

Kısa bir tarihsel bakış

Bir zamanlar iktisat bilimi diğer sosyal bilimler gibi sosyolojik, psikolojik, siyasal, ve benzeri toplumsal olgularla birlikte incelenir, iktisadi sonuçlar bu iktisadi olmayan alanları da kapsayarak, değerlendirilirdi. Özellikle siyasi ilişkiler ile iktisadi ilişkiler makro bir bütünlük içinde ele alınır, aralarındaki neden-sonuç ilişkileri incelenirdi. 1870'li yıllardan başlayarak bir zamanlar "siyasal iktisat" diye bilinen bu sosyal bilim dalı, doğa bilimlerine benzetilmeye çalışıldı. İktisat bilimi (!) siyaset, psikoloji gibi sübjektif değer yargılarından arındırılıyor, a priori varsayımları ve kesin neden-sonuç ilişkileri olan Newton mekanik anlayışına göre bilimselleştirilmeye çalışılıyordu. Tarihsel süreç bile bu gelişmeler karşısında önemini yitirmişti. Siyasi iktisat iken çok önemli olan değer kuramı yerini yeni bir kavrama bırakmak zorunda kalmıştı: Fayda. "Adalet" ve "eşitlik" gibi terimlere bilimsel (!) iktisatta yer yoktu. Ama, her nedense "fayda" gibi metafiziksel bir kavram kuram tarafından baş tacı ediliyordu. Her geçen gün daha da geliştirilen soyut ama yüksek düzeyde matematik bilgisi içeren modellerle iktisadi ilişkiler daha kesin çizgiler kazanıyordu, ama her geçen gün "gerçek ilişkilerden" daha çok kopuyordu. Bu akımın öncülerinden olan Jevons gururla kendisinin değiş-tokuş ilişkilerini içeren modelinin genel karakteristiği itibarıyla "...fen bilimlerinin bir çok dalından farklı olmadığını", iddia ediyordu (Blaug; 1990; s.147).

Ancak, tüm bilimsellik iddialarına karşın, ortaya konan modeller çoğu zaman tamamen gerçek dışı varsayımlar üzerine kuruluyor, mekanik ilişkileri ele alıyor, yapay bir dünyanın ekonomik ilişkilerini açıklıyordu. Bu sağlıksız gidişatı sezen Marshall iktisatçıları matematiği kullanım biçimleri açısından daha dikkatli olmaları ve iktisat bilimini "matematiğin bir alt branşı" haline dönüştürmemeleri konusunda uyarılmıştı. Ama maalesef uyarısı pek işe yaramadı. Zaman içinde, bilimsel (!) iktisatçıların örnek aldığı bilim dallarında önemli aşamalar kat edildi ve paradigmlar değişti. Önce fizikte görecelik kavramı, daha sonra da kuantum fiziği anlayışı bir çok şeyin değişmesine de neden oldu. Ama iktisat bilimi (!) tüm bu değişimlere karşın, Newton mekaniğini kurallarına sadık almaya devam etti.

Bir çok tanınmış, hatta ödüllü iktisatçı için Neoklasik doktrinin öğretileri hala çok "kutsal" şeyler gibidir. Bu kutsal çerçevenin dışına çıkmak, "günah" gibi olmasa da büyük bir hatadır. Dışarıdan bakan biri, Neoklasik doktrinin kuramlarının, iktisat biliminin en yüksek ve son aşaması olduğu kanısına kapılabilir. Ama herkes aynı görüşleri paylaşmaz. Hicks'e göre:

"Saf iktisat, olağanüstü bir şekilde şapkadan, kunduz çıkarabilmektedir -sözde gerçeği yansıtan a priori önermeler sayesinde. Büyüleyici olan onların şapkaya nasıl girdikleridir; sihire inanmayanların bir şekilde ikna edilmeleri gerekir." "Pure economics has a remarkable way of producing beavers out of hats -apparently a priori propositions which apparently refer to reality. It is fascinating to try

to discover how they got in; for those of us who do not believe in magic must be convinced that they got in somehow."

(Hicks; 1983; s.367)

Ve Hicks devam eder:

"İktisat, sosyal bir çalışmadır. İnsanların davranışları ile ilgilidir, ama insanlar her şeyi bilemezler ve tam olarak rasyonel değildirler; hatta tam rasyonel olmadıkları için farklı ve tutarsız amaçları vardır. Dolayısıyla, davranışları saf teknik düzeye indirgenemez." "Economics is a social study. It is concerned with the operations of human beings, who are not omniscient, and not wholly rational; who (perhaps because they are not wholly rational) have diverse, and not wholly consistent, ends. As such, it cannot be reduced to a pure technics."

(Hicks; 1983; s.289)

Sorulması gereken soru şudur is; mantıklı, tutarlı ve açıklayıcı alternatif bir kuram var mı?

Değerin özgün kaynakları: Doğa ve emek

Öncelikle değer nedir? sorusunu yanıtlayarak başlayalım. İktisadi terminolojide bir mal veya hizmetin değeri, onun sahibi olan birey için taşıdığı kullanım-değeri olabileceği gibi, başka mal veya hizmetlerle takasta taşıyacağı göreceli değişim-değeri de olabilir. Birincisi, yani kullanım-değeri, öznel bir kavramdır ve bireyin gelir seviyesine, tercihlerinin öznel sıralamasına ve fiyata göre değişir. İkincisi, yani değişim-değeri, nesnel ve mal ve hizmetlerin piyasada değerini yansıtır. Değişim- değeri, kısmen ürünün üretim masrafları, kısmen piyasa talebi, kısmen de rakip ürünlerin değeri ve kısmen de tercihlerin sıralamasına göre değişir.

Değerin sadece iki tane kaynağı vardır; emek ve doğa. Doğa, biz insanlara çeşitli ürünleri emek tarafından işlenmemiş olarak, kullanım-değeri içerir vaziyette sunar. Emeginin katkılarıyla kullanıma hazır faydalı ürünlere dönüştürülen doğanın varlıkları, ya bireylerin kendi tüketimleri için kullanılırlar, ya da başka ürünlerle takas edilirler. Başka bir deyişle, zihinsel ve bedensel emegin sayesinde doğanın varlıkları faydalı ürünlere dönüşürler. Bu emek geçmişte harcanmış ve ürün tarafından içeriliyor olabileceği gibi, şimdiki zamanda da harcanarak değere, değer katabilir. Dolayısıyla, tüm ürünler emek tarafından dönüştürülmüştür ama kökeni doğanın ürünleridir.

Modern bir toplumda değer üretilebilmesi için girişimcinin araç-gereç, makine, işgücü, vb. üretim girdilerini satın alarak bir araya getirecek "sermayesi" olması gerekir. Üretim için gerekli bu özelliği nedeniyle "sermaye", bazı kişiler için "üretken" özellikler taşıyor, gibi gelebilir. Nitekim kendi aralarında uzlaştıkları bir sermaye tanımı olmamasına karşın (bak. Hausman; 1981), geleneksel denge

doktrinlerinin yandaşları sermayenin üretken olduğunu varsayarlar. Bazılarına göre sermaye, sermaye-mallarını ifade eder. Bazıları için ise bina, araç-gereç gibi girdiler de sermaye tanımına dahildir. Nasıl tanımlanırsa tanımlansın, sermaye üretimin birleştirici ve mutlak gerekli bir unsurudur ama, birinci bölümde tartışıldığı gibi, üretken bir faktör değildir (ayrıntılı bir analiz için bakınız: Üretim Faktörleri-Üretken Faktörler ve Gelir Dağılımı, bu çalışmada birinci bölüm).

Emek

Bütün ürünler zihinsel ve bedensel emek içerirler. Bu nedenle emek kavramını insanların üretim aşamalarında kullandığı zihinsel ve bedensel beceriler olarak tanımlayabiliriz. Bu becerilerin düzeyi bireylerin aldığı eğitim, sahip olduğu yetenek ve kazandığı deneyimler ile doğrudan ilişkilidir. Çeşitli mal ve hizmet üretim aşamasında ve yeni mal ve hizmetlerinde üretiminde en önemli pay sahibi olan zihinsel emektir. Çünkü teknolojik yenilikleri zihinsel emek üretir ve gene zihinsel emek aracılığıyla var olan teknolojileri kullanabiliriz. Bedensel emeğin de yararlı fonksiyonu vardır; ama zihinsel emeğinki gibi değildir. Zihinsel emeğin üretken katkıları olmadan bırakın çağımızın gelişmiş ürünlerini, en basit ürünleri bile üretebilmek ve kullanabilmek mümkün olamazdı. Kısacası, üretimin her aşamasında insanın zihinsel ve bedensel becerilerine gereksinim vardır; özellikle de zihinsel emeğin.

(Katma-) Değerin kaynağı olan zihinsel emek, var olan üretilmiş değeri arttırmayı sağlayan iki çeşit teknolojik yenilik sunar:

1. **Yeni mallar/hizmetler (ürünler)** (genellikle "yeni" bir üretim yöntemiyle üretilen, tamamen "yeni" ürünler veya eskilerin "yeni versiyonu)
2. **Veri mallar/hizmetler (ürünler), ama "yeni" üretim yöntemi** (birim üretim maliyetini düşüren)

Teknolojik yenilikler sayesinde üretilen yeni değerler, uzun dönem toplam gönenç artışının da kaynağıdır. Teknolojik yenilikler sayesinde insanların sahip oldukları ve tükettikleri mal-hizmet çeşidi sürekli artış gösterir. Bu tür teknolojik yenilik kaynaklı uzun dönem verimlilik ve gönenç artışlarını "**makro-verimlilik artışı**" veya "**teknolojik-verimlilik artışı**" olarak tanımlayacağız.

Verimlilik ve gönenç artışı, başka bir deyişle "katma-değer artışı, sadece teknolojik yenilikler sayesinde olmaz. **Veri teknoloji** ile de **kısa dönemde** verimlilik artışı, yani üretilen değerde bir artış, sağlamak mümkündür. Bu tür değer artışlarına ise "**mikro-verimlilik artışı**" veya "**etkinlik artışı**" diyeceğiz.

Özetleyecek olursak; uzun dönem değer artışının, dolayısıyla gönenç artışının kaynağı insanın zihinsel becerileridir. Ancak, doğanın insanlara sunduğu varlıklar olmasaydı, zihinsel emek değer üretecek-ekleyecek bir şey bulamazdı. Bu nedenle üretimin iki "üretken" ve vazgeçilmesi mümkün olmayan ve birbirini tamamlayan kaynağı vardır; doğa ve insan. Gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun, üretim sürecinde geriye doğru gidildiğinde, bütün ürünler sonuçta iki faktöre indirgenir; doğa ve emek.

Zihinsel emek (üretken bilgi) ve değer üretimi

Ürünlerin göreceli değişim-değerlerini belirleyen koşullar hangileridir? Bu soru, değer-fiyat kuramının en kritik ve önemli sorularından biridir. Değişim değerini-fiyatı, ders kitaplarında ileri sürüldüğü gibi, arz-talep ilişkileri mi belirler? Yoksa ürünlerin içerdikleri emek miktarı mı? Veya her ikisi birden olabilir mi?

Değer üretimi - Basit bir model

Aşağıda, insan beyninin, veya burada genellikle kullanılan ifadeyle, insanın zihinsel emeğinin, üretime katkılarıyla nasıl değer üretildiğini ve takas (değiş-tokuş) ilişkilerinin bundan nasıl etkilendiğini gösteren basit bir model oluşturulacaktır. Model, göreceli değerler üzerine inşa edilecektir.

Bir zamanlar A. Smith'in yaptığı gibi, ünlü "avcı" modelini kullanalım ve üretimde kullanılacak hiçbir araç-gerece sahip olmayan, sadece kendi zihinsel ve bedensel emeklerini kullanabilen, iki avcı olduğunu varsayalım. Bedensel emek nicel bir kavram olduğu için bir günde/haftada veya ayda kaç saat kullanıldığını ölçmek çok kolaydır. Her türlü (üretken) bilginin kaynağı olan zihinsel emek ise nitel bir kavram olduğu için kesin bir ölçümü mümkün değildir.

Başlangıç aşamasında zihinsel emeğin hiç kullanılmadığını varsayacağız. Maria ve Leyla isimli iki avcı vardır ve Maria günde 10 saat bedensel çalışarak 2 geyik; Leyla ise günde 10 saat bedensel çalışarak 4 kunduz yakalamaktadır. Yakalanan (üretilen) iki ürün Maria ve Leyla'dan oluşan bu toplum tarafından tüketilir ve her iki avcı aynı zevklere sahiptir. Her avcı kendi yakaladığını tüketirse, ticaret olmayacaktır. Ama bizim avcılarının tatmin düzeylerini arttırmak ve diğerinin ürününden de yararlanmak istediğini varsayıyoruz. Yani Maria ve Leyla ticaret yapan iki avcıdır.

Başlangıç takas koşulları:

Aynı zevklere ve tercih sıralamasına sahip olan iki avcının günün sonunda bir geyik karşılığı iki kunduzu takas ettiğini varsayalım. Yani, günün sonunda her avcı beş saatlik bedensel emeğinin¹ karşılığını, diğerinin beş saatlik emeği ile değiş-tokuş yapmaktadır. Her avcı günde 10 saat çalışıyorsa, beşer saatlik ürünü takas etmek âdil bir ticarettir. Günün sonunda hem Leyla hem de Maria bir geyik ve iki kunduz tüketmektedirler. Ticaret sonucu hiç kimse başlangıç noktasına göre daha iyi veya kötü durumda değildir ve arz-talep dengededir.

$$\text{Leyla'nın arzı} = 4 \text{ kunduz} = 10 \text{ saatlik fiziksel emek (PL)} \quad (1)$$

$$\text{Maria'nın arzı} = 2 \text{ geyik} = 10 \text{ saatlik fiziksel emek (PL)} \quad (2)$$

$$\text{Toplam arz/günde} = 2 \text{ geyik} + 40 \text{ kunduz} = 20 \text{ saatlik fiziksel emek (PL)} \quad (3)$$

$$\text{Leyla'nın tüketimi} = 1 \text{ geyik} + 2 \text{ kunduz} = 10 \text{ saatlik fiziksel emek (PL)} \quad (4)$$

$$\text{Maria'nın tüketimi} = 1 \text{ geyik} + 2 \text{ kunduz} = 10 \text{ saatlik fiziksel emek (PL)} \quad (5)$$

İki avcı avcılık esnasında (çalışırken) henüz zihinsel emeklerinin niteliklerinden yararlanmadılar. Leyla ve Maria 10'ar saatlik bedensel çalışma karşılığında elde ettikleri avların beşer saatlik fiziksel emek içeren kısmını takas etmişlerdi. Günde 10 saatten fazla çalışmanın yasak olduğunu varsayarsak, toplam arzın artması artık mümkün değildir. Sadece her gün aynı emek-zaman harcanarak aynı miktar av yakalamak mümkündür. Yaşam düzeyi var olanın üstüne hiçbir zaman çıkamaz.

Şimdi günün birinde, avcılardan biri olan Leyla'nın aklını kullanarak yeni, bir av yöntemi (**teknolojik yenilik**) geliştirdiğini ve günde avladığı kunduz sayısını dörtten, sekize çıkarmayı başardığını, varsayalım. Daha somut olarak Leyla'nın kunduz yakalamada işini kolaylaştıran bir alet bulduğunu, varsayalım. Leyla günde 10 saat bedensel çalışarak 4 kunduz elde ediyordu. Ama şimdi eşit miktarda bedensel emek-zaman harcamasına karşın, yakaladığı sekiz kunduz 20 saatlik bedensel emek-zamana eşdeğerdir.

$$\text{Yeni toplam arz/günde} = 2 \text{ geyik} + 8 \text{ kunduz} = 20 \text{ saatlik fiziksel emek (PL)} \quad (6)$$

Fakat

$$20 \text{ saatte yaratılan değer, } 30 \text{ saatlik bedensel emek zamana denktir}$$

Veya

$$\text{Yeni toplam arz/günde} = 20 \text{ saatlik PL} + 10 \text{ saatlik PL'ye denk ML} \quad (7)$$

¹ Bedensel emek, bir bireyin temel el-kol-göz koordinasyondan başka bir nitelik gerektirmeyen çabalarını ifade eder. Bu tür temel davranışlar için de beyinden komut alınır. Ama buradaki tartışmada kolaylık olması ve zihinsel emeğin katkısının daha iyi anlaşılabilmesi için böyle bir tanıma gerek duyulmuştur.

ML, zihinsel emeği veya üretken bilgiyi, **PL** ise bedensel emeği temsil etmektedir. Leyla'nın zihinsel katkısı (yeni teknoloji) 10 saatlik bedensel emek-zamanın katkısına denktir. Diğer bir deyişle, Leyla'nın 10 saat içindeki verimliliği iki kat artmıştır ve artık toplum daha yüksek bir gönenc düzeyindedir.

Bu yeni gelişmeden Maria ile olan ticaret (takas) nasıl etkilenecektir? Başlangıçta pazarda iki geyik ve dört kunduz vardı. Şimdi ise gene iki geyik ama sekiz kunduz var. Ticaret (takas) oranının değişmesi gerekir. Ama nasıl?

"Adaletsiz" denge

Durum:1-A

Klasik iktisatçıların yolundan giderek yeni durumu değerlendirecek olursak; Leyla'nın zihinsel emeğinin katkısıyla avladığı kunduz sayısı iki kat arttı ve dört iken sekiz oldu. Ama harcanan bedensel emek-zaman değişmedi. İki geyik avlamak için 10 saat, sekiz kunduz avlamak için de 10 saat bedensel emek-zaman gerekiyor. Her iki avcı da eşit emek-zaman harcadıkları için, emek-zaman kıstasına göre ticaret oranının iki geyik-sekiz kunduz veya bir geyik-dört kunduz olması gerekir. Böylece emek-zaman açısından ticaretle "denge" devam edecektir ve günün sonunda Leyla'nı dört kunduz verip, bir geyik alması gerekecektir. Yani beşer saatlik emek-zaman değiş-tokuşu yapılmış olacaktır.

$$\text{Leyla'nın tüketimi} = 1 \text{ geyik} + 4 \text{ kunduz} = 10 \text{ saatlik bedensel emek} \quad (8)$$

$$\text{Maria'nın tüketimi} = 1 \text{ geyik} + 4 \text{ kunduz} = 10 \text{ saatlik bedensel emek} \quad (9)$$

Ancak, başlangıçtaki değerler açısından incelediğimizde her bir avcı artık 10 saat yerine 15 saatlik bedensel emek-zamana eşdeğerde tüketim yapmaktadır. Başlangıçta Maria 10 saatlik bedensel emeğinin karşılığı olarak dört kunduz alabiliyordu. Ama şimdi, gene günde 10 saat avlanmasına karşın, başlangıç kıstasına göre 15 saatlik emek-zaman karşılığı tüketim yapabilmektedir. Üstelik, toplumsal gönenc artışına en ufak bir katkıda bulunmadan.

Bu, "âdil" ve/veya "rasyonel" bir ticaret midir?

Eğer, Leyla'nın verimliliğini arttıran zihinsel becerisini bir kenara koyarak değerlendirme yaparsak, ilk bakışta bir geyik-dört kunduz takası eşitlikçi ve âdil bir işlem gibi görünebilir. Ancak, ortak gönencin artmasını sağlayan Leyla'nın verimlilik artışı, daha doğrusu zihinsel emeği, henüz ödüllendirilmemiştir. Piyasada, başlangıçta 20 saatlik emek-zamana eşdeğer ürün varken, şimdi 30 saatlik emek-zamana eşdeğer ürün vardır. Bu gönenc artışına hiçbir katkısı olmamasına karşın Maria, emek-zaman kıstasına göre yapılan ticaretten (takastan), yararlanacak, gönenci artacaktır. Çünkü Maria hala günde 10 saat bedensel emek harcamakta ama 15 saatlik emek-zamana eşdeğerde tüketim

yapabilmektedir. Bu esnada Leyla, başlangıçtaki kıstaslara göre 20 saatlik bedensel emeğe eşdeğerde üretim yapmakta (avlanmakta) ama sadece 15 saatlik bedensel emeğe eşdeğerde tüketim yapabilmektedir. Takas oranlarının bu biçimde değişimi, verimlilik artışını (teknolojik yenilikleri) teşvik edici nitelikte değildir. Çünkü sistem verimlilik artışına, dolayısıyla gönenç artışına katkı yapanla yapmayan arasında bir ayrım yapmamakta, herkese "eşit" davranmaktadır. Bu nedenle bu türemek-zaman kıstasıyla yapılan "eşitlikçi" takaslar ne mantıklıdır, ne de rasyonel.

Eşitliğe uymayan takas

Durum:1-B

Başlangıçta bir geyik karşılığı iki kunduz takas ediliyordu. Şimdi bu takas ilişkisinin Leyla'nın verimlilik artışından sonra da devam ettiğini varsayalım. Ancak şimdi Leyla'nın sahip olduğu 10 saatlik emek-zamana eşdeğerde ve başka bir ürünle (avla) takas edebileceği dört kunduz vardır. Bu dört kunduzun 10 saatlik bedensel emek-zamana eşdeğerde iki koyun ile takas edildiğini varsayalım. Bu durumda Maria hala günde 10 saatlik emek-zamana eşdeğerde bir geyik ve iki kunduz tüketirken, Leyla 20 saatlik bedensel emek-zaman eşdeğerde bir geyik, iki kunduz ve iki de koyun tüketebilmektedir. Bu gönenç artışı Leyla'nın zihinsel emekten kaynaklanan verimlilik artışının sonucudur. Maria başlangıçtaki gönenç düzeyindeyken hem Leyla'nın hem de toplumun gönenç düzeyi zihinsel emek sayesinde artmıştır.

$$\text{Leyla'nın tüketimi} = 1 \text{ geyik} + 2 \text{ kunduz} + 2 \text{ koyun} = 20 \text{ saatlik PL} \quad (10)$$

$$\text{Maria'nın tüketimi} = 1 \text{ geyik} + 2 \text{ kunduz} = 10 \text{ saatlik PL} \quad (11)$$

Bu yeni takas ilişkileri, Klasik iktisatçıların eşit emek-zaman kıstasına göre eşitlik getirmemektedir. Ama ne Leyla ne de Maria başlangıç durumuna kıyasla daha kötü durumda değildir. Hatta, Leyla ve toplum kazançlı durumdadır. Bu tür bir takas ilişkisi, Durum:1-A'ya kıyasla hem daha mantıklı hem de ekonomik açıdan daha rasyoneldir.

Daha gerçekçi bir olasılık

Durum:1-C

Verimlilik artışı sonucu Leyla'nın elinde fazladan bulunan dört adet kuzgunun hepsini talep eden üçüncü bir şahıs veya topluluk olmayabilir. Bu durumda sahip olduğu tüm kuzgunları günün sonunda takas etmek isteyen Leyla'nın davranışları Maria'nın gönenç artışına katkı sağlayabilir. Varsayalım gün sonunda Leyla verimlilik artışı sonucu elde ettiği dört kuzgundan sadece ikisini üçüncü biriyle bir koyun karşılığında takas edebiliyor. Bu durumda Leyla'nın elinde Maria ile takas edebileceği altı kuzgun kalacaktır. Gün sonunda arz-talep olması ve her şeyin tüketilebilmesi için Leyla ile Maria arasındaki takas ilişkisinin değişmesi gerekecek ve Leyla bir geyik karşılığı olarak üç kunduz verecektir, cet. par. Şimdi sadece Leyla ve toplum değil, verimlilik artışına hiç bir katkısı olmayan Maria da daha yüksek bir gönenç düzeyindedir.

$$\text{Leyla'nın tüketimi} = 1 \text{ geyik} + 3 \text{ kunduz} + 1 \text{ koyun} \quad (12)$$

$$\text{Maria'nın tüketimi} = 1 \text{ geyik} + 3 \text{ kunduz} \quad (13)$$

Yukarıdaki takas ilişkileri gerçek yaşamdan kesitlere daha yakın görünmektedir. Çünkü teknolojik yenilikler ve verimlilik artışları daha ziyade dinamik sanayi sektörlerinde gerçekleşirken, daha az oranda verimlilik artışlarının olduğu hizmet sektörlerinde de fiyat ve ücretler sanayi sektörlerindeki yakın gelişmeler izlemektedir. Başka bir deyişle, daha dinamik olan sanayi/imalat sektöründeki gönenç artışları, daha az dinamik olan diğer sektörleri de olumlu yönde etkilemektedir.

Farklı niteliklerde zihinsel emek

Yukarıdaki analizde toplumsal gönenç artışının kaynağı, resmi bir eğitimi olmayan Leyla'nın yaratıcı zihinsel emeğiydi. Beynin bu yaratıcı özelliği, içinde yaşadığımız çevreyi değiştirmeye ve denetlemeye yarayan "yeni yaratıcı bilgiler", yani teknolojik yenilikler, üretilmesini sağlar. Sadece ve sadece insan zekâsı, doğanın sunduğu varlıkları insanlara faydalı ürünlere dönüştürebilen "üretken bilgi" (teknoloji) üretebilme özelliğine sahiptir. Sunulan basit modelin amacı da Leyla'nın yaratıcı zekâsının gönenci nasıl arttırdığını göstermekti. Binlerce, hatta onbinlerce yıldır insanlar yeni bilgiler üretmekte ve bilgi havuzuna katkıda bulunmaktadır. Sahip olunan ve bazı ülkelerin diğerlerinden daha çok yararlandığı bilgi birikimi tüm insanlığın katkılarıyla bugünkü düzeyine erişebilmiştir.

Hiç kimse veya toplum sahip olduğu bilgileri "gökten indirilen bir sepetin" içinden almaz. Her bilgi zihinsel emeğin yaratıcılığının ürünüdür. Bir zamanlar resmi

eğitim olmadığı için "yeni bilgi" bireysel yeteneklerle orantılı olarak ortaya çıkıyordu ve bilgileri yazılı olarak saklamanın mümkün olmadığı dönemlerde sahip olunan bilginin yeni kuşaklara eksiksiz aktarımı ve yaygınlaşması pek mümkün olmuyordu. Artık çağımızdaki toplumlarda böyle bir sorun yok ve bilgi birikimi resmi-gayri resmi eğitim kanalıyla kolaylıkla aktarılabilir, ve bireylerin yetenek ve deneyimleriyle orantılı olarak daha da geliştirilebiliyor. Bilgiye öğrenme, etkin uygulama ve geliştirmede bireysel yeteneklerin rolü çok büyüktür. Her bireyin diğerinden farklı yetenekleri ve becerileri vardır. Ve her birey bilgi havuzundaki bilgiye diğerleri kadar "eşit" oranda ulaşabilme olanağına da sahip olmayabilir. Örneğin, gelişmekte olan ülkelerdeki insanların büyük bir kısmı daha temel eğitim bile alamamaktadır. Dolayısıyla, tek tip bireyler veya işgücü, yani homojen L, yoktur. Her L, farklı niteliklerde H sahibidir.

Zihinsel emeğin teknolojik yenilikler üretmesi uzun zaman gönenç artışı için çok önemli bir özellik olmakla birlikte, üretilen teknolojileri "etkin" kullanabilmek de büyük önem taşır. Aksi durumda en yüksek fayda sağlanamamış olacaktır. Bu nedenle emeğin katkılarını iki farklı açıdan incelemek yararlı olacaktır.

- 1- Teknoloji ve üretim girdileri "veri" iken en yüksek çıktıyı elde etmek (etkinlik veya mikro-verimlilik analizi).
- 2- "Yeni" ürünler ve üretim yöntemleri üretmek (teknolojik verimlilik veya makro-verimlilik analizi).

Teknolojik verimlilik analizi uzun dönem gönenç artışı için çok önem arz ederken etkinlik analizi teknolojinin veri olduğu kısa dönemler için büyük önem taşır.

Özetleyecek olursak; doğanın varlıklarını "veri" olarak aldığımızda, değer yaratabilen veya var olan değer miktarını arttırabilen tek unsur emektir. Veya William Petty'nin ifadesiyle:

"... emek, maddi gönençin babasıdır, doğa da annesi" "... labor is the father of material wealth, the earth is its mother."

(in Marx, Vol.I; s.133-134)

Neoklasiklerden farklı olarak Keynes bu tanımdan bir rahatsızlık duymuyordu.

"Ben, ... Klasik dönem öncesi doktrinin her şeyi emeğin ürettiği görüşüne sempati ile bakıyorum... Üretimin tek faktörü olarak ... emek tercih nedenidir." "I sympathise ... with the pre-classical doctrine that everything is produced by labour..... It is preferable to regard labour as the sole factor of production."

(Keynes; 1991; s.213-214)

Değer-fiyat ilişkisi

Değerler, nasıl fiyatlara dönüşürler? Bu soru, Klasik dönem iktisatçılarının en yoğun tartıştıkları konulardan biriydi. Ricardo, ölçüm için kendi değeri "değişmeyen bir değer" arayışı içindeydi, ama onu tatmin edecek bir yanıt bulamamıştı. Ricardo'nun iddiasına göre:

"... diğer şeylerde olduğu gibi, kendi değeri değişime açık olmayan, mutlak değeri gösteren hiç bir meta yoktur; yani kendisinin üretimi için değişik oranlarda emek gerektirmeyen " "... there is no commodity which is not itself exposed to the same variations as the things, the value of which is to be ascertained; that is, there is none which is not subject to require more or less labor for its production."

(Ricardo; 1990; s.44-45)

Ricardo tarzı takas ilişkilerini benimseyen ve geliştiren Marx'a göre, aranan yanıt oradaydı, ama Ricardo buluşunun farkında değildi: Değişmeyen değer işçinin emeğiydi ve Marx şöyle bir tanım yapıyordu:

"... canlı bireyin fiziksel varlığının içerdiği tüm zihinsel ve bedensel beceriler" "... the aggregate of those mental and physical capabilities existing in the physical form, the living personality."

(Marx, Vol. I; s.270)

Marx'ın tanımı gereği değişmeyen değer, üretimde harcanan zaman kıstasına göre ölçülebilir "sosyal gerekli emek" olarak karşımıza çıkıyordu. Zihinsel emeğin ve diğer becerilerin oynadığı rol göz ardı edilmiş ve "kesin" ölçümü olanaklı nicel bir kavrama indirgenmişti. Bu yaklaşımın sonucu olarak yukarıda Durum:1'de incelenen "eşitlikçi" bir takas ilişkisi ortaya çıkmıştı.

Ancak, daha önceki bölümlerde yapılan analizlerden de anlaşılacağı gibi, değerlerin üretilmesi ve artmasında emeğin zihinsel niteliklerinin yeri doldurulamaz bir önemi vardı. Bireylerin sahip oldukları zihinsel emeğin nitelikleri farklıydı ve Leyla-Maria örneğinde gördüğümüz gibi çok önemli bir ayrıntıydı. Bu nedenle ürünlerin "göreceli değer-fiyat analizi" yapılırken bu ayrıntının unutulmaması gerekirdi. Emek-zaman ölçütü bazı koşullarda kıstaslar için yararlı olabilir ama gerçeği tam olarak yansıtamaz. Diğer yandan henüz zihinsel nitelikleri sağlıklı olarak ölçebilecek bir yöntem mevcut değil. Bu durumda teknolojik yeniliklerin süregeldiği dinamik bir toplumda ürünlerin göreceli değişim-değerleri fiyatlara nasıl dönüşecekleridir? Arz-talep eğrileri bu soruya bir yanıt bulmaya yardımcı olabilir mi?

Göreceli fiyatlar²

Talebin veri olduğunu varsayarsak, bir ürünün değeri, ona aktarılan ürünlerin toplamı kadardır. Yukarıda Durum:1-A'da, göreceli değerleri belirleyen etken üretimde harcanan emek-zamandı. Ancak, Durum:1-B ve Durum:1-C'de yapılan analizlerde içsel ve dışsal talebin büyüklüğünün değerlerin belirlenmesinde önemli bir rol oynadığını görürüz. Hatırlanacağı gibi, zihinsel emek, değer artışlarında en önemli katkıyı sağlar ama zihinsel emek tarafından yapılan katkının "kesin" bir ölçümü de mümkün değildir. Bu koşullarda piyasada oluşan "göreceli fiyatların", hem "göreceli değerleri" hem de "talebin büyüklüğünü" yansıttığını varsayarsak herhalde gerçek olgulardan pek uzaklaşmış olmayız. Bu arada "göreceli" fiyatların para kullanılan bir ekonomideki gerçek piyasa fiyatlarını tam olarak yansıtmadığını da unutmamak gerekir. Burada yapılan "göreceli fiyat" analizinin temel amacı zihinsel emeğin ve onun yarattığı teknolojik yeniliklerin "yeni" bir fiyat oluşumunu nasıl etkilediğini göstermektir.

Durum:2-A (yukarıdaki tartışılan model)

Gene iki kişiden oluşan bir ekonomi olduğunu varsayalım. Ama bu sefer ticari ilişkilerde para kullanılmaktadır ve tartışmanın basitliği için kâr yoktur. Ticareti yapılan ürünlerden bir geyiğin fiyatı 30 TL, bir kunduzun ise 15 TL'dir. Başlangıçtaki 10 saatlik bedensel emek-zamana dayalı ticari ilişkinin ilkesine göre değişim fiyatları şöyledir:

$$2 \text{ (geyik)} * 30 \text{ TL} = 4 \text{ (kunduz)} * 15 \text{ TL} \quad (14)$$

Değişim oranı:

$$1 \text{ geyik} = 2 \text{ kunduz} \quad (15)$$

Veya:

$$30 \text{ TL} = 2 * 15 \text{ TL} \quad (16)$$

Şimdi gene Leyla'nın zihinsel becerilerini kullanarak 10 saatlik zaman dilimi içinde günlük avlandığı miktarı ikiye katladığını, ve dört kunduz yerine sekiz kunduz avladığını varsayalım. Eğer Leyla zihinsel emeğinin karşılığını alamayacak ve Marxist "eşit emek-zaman" anlayışına göre ticaret yapacak olursa, yeni değiş-tokuş oranları aşağıdaki gibi olacaktır.

$$2 \text{ (geyik)} * 30 \text{ TL} = 8 \text{ (kunduz)} * 7.5 \text{ TL} \quad (17)$$

Takas oranı:

$$1 \text{ geyik} = 4 \text{ kunduz} \quad (18)$$

Veya:

$$30 \text{ TL} = 4 * 7.5 \text{ TL} \quad (19)$$

2 Konumuz "göreceli fiyatlar" ve Leyla ile Maria hem üretici, hem tüketici, hem de takas işlemini gerçekleştiren tüccarlar oldukları için risk primi de denilen kâr olgusunu şimdilik göz ardı ediyoruz.

Başlangıçtaki değerlere göre, Maria'nın 30 TL değerindeki emek-zamanı, 60 TL değerindeki ürün ile takas edilmektedir. Böyle bir takas oranı "âdil", "mantıklı" ve "akılcı" olabilir mi?

Eşit emek-zaman ilkesine uygun yapılan değiş-tokuş (ticaret) her zaman için daha az becerikli ve üretken olan bireyin lehine sonuç verir. Bir anlamda daha üretken olan Leyla cezalandırılmakta ve zihinsel yaratıcılığının karşılığını tam olarak alamamaktadır. Böyle ticari ilişkilerin olduğu toplumlarda yaratıcı olmak, topluma daha büyük gönenc artışı sağlamak için yeterli motivasyon oluşmayabilir. Elbette herkes maddi çıkarlar peşinde değildir. Ama bunlar pazar ekonomisi de denilen kapitalist düzende istisnadır ve buradaki analizde tartışmanın sadeliğini bozmamak için göz ardı edileceklerdir.

Durum: 2-B

Takas oranının bir geyik karşılığı iki kunduz, başlangıç fiyatlarının ve talebin veri olduğu bir toplumda daha üretken olan Leyla, verimlilik artışı sonucu elde ettiği dört kunduzu başka bir piyasada takas için kullanırsa, kendi gönencini daha da arttırabilir. Leyla ve Maria dışında birinin dört kunduzu satın alması demek, Leyla'nın gelirinin iki kat artacağı, yani 60 TL'den 120 TL'ye yükseleceği anlamına gelir, cet. par.

$$\text{Leyla'nın tüketimi} = 1 \text{ geyik (30 TL)} + 6 \text{ kunduz (6*15 TL)} = 120 \text{ TL} \quad (20)$$

$$\text{Maria'nın tüketimi} = 1 \text{ geyik (30 TL)} + 2 \text{ kunduz (2*15 TL)} = 60 \text{ TL} \quad (21)$$

Bu arada, Leyla'nın zihinsel emeğinin katkısı sonucu, Leyla ve Maria'nın toplam geliri 120 TL'den 180 TL'ye yükselir. Leyla bu toplam gelirden daha yüksek oranda bir pay alır, çünkü gelir farkı verimlilik artışının ödülüdür.

$$\text{Toplam gelir/günde} = 120 \text{ TL (8*15 TL)} + 60 \text{ TL (2*30 TL)} = 180 \text{ TL} \quad (22)$$

Leyla'nın sunduğu ürüne talep yeterli büyüklükte olduğu için fiyatında bir değişim olmadı ve başlangıçtaki düzeyini korudu.

Durum: 2-C (fiyat dalgalanması)

Leyla'nın avladığı kunduzla olan talebin, "iç piyasadaki" ortak zevklerin, dolayısıyla talebin değişmesi sonucunda fiyatının 15 TL'den, 10 TL'ye düştüğünü varsayalım. Piyasada artık mal kalmaması için Leyla ile Maria arasındaki günlük takas oranının değişmesi gerekecek ve bir geyik, üç kunduzla değiştirilecektir. Leyla'nın aleyhine olan bu gelişme sonucu ticaret aşağıdaki gibi olacaktır.

$$1 \text{ (geyik)} * 30 \text{ TL} = 3 \text{ (kunduz)} * 10 \text{ TL} \quad (23)$$

Toplam sekiz kunduzun altısı iç piyasada tüketildiğine göre, üçüncü kişilerle ticaret yapmak için Leyla'nın elinde 20 TL değerinde iki kunduz daha vardır.

$$\text{Leyla'nın yeni geliri} = 6 \cdot 10 \text{ TL} + 2 \cdot 10 \text{ TL} = 80 \text{ TL} \quad (24)$$

$$\text{Toplam gelir} = \text{Leyla'nın geliri } 80 \text{ TL} + \text{Maria'nın geliri } 60 \text{ TL} = 140 \text{ TL} \quad (25)$$

Maria şimdi iki yerine üç kunduz tüketmektedir, yani durumunda yüzde 50 bir iyileşme olmuştur. Leyla ve Maria'nın toplam geliri de 140 TL'dir, başlangıç durumuna göre 20 TL daha çok. Verimlilik artışından dolayı Leyla'nın geliri artmıştır ama talep ve fiyattaki dalgalanmadan, daha doğrusu düşüşten, verimliliği değişmeyen Maria daha kârlı çıkmıştır.

Hizmet sektöründe "göreceli" fiyatlar

Marx dahil Klasik dönem iktisatçıları için hizmet sektörü verimli olmayan, hatta parazit gibi görülen bir iktisadi alandı. Bu nedenle iktisadi analizlerde yer almazdı. Açıkça söylenese bile hizmet sektörünü dışlayan bu gelenek Neoklasik doktrinin modellerinde de devam etti. Dikkatle incelendiği zaman geleneksel denge modellerinin meta üretimi ve ticareti üzerine inşa edildiği görülür. Oysa hizmet sektörünün iktisadi düzende her zaman önemli bir rolü olmasının yanı sıra günümüz ekonomilerinde en çok istihdamın olduğu, en çok üretimin yapıldığı bir sektördür. Hizmet, meta (mal) gibi depolanabilir, bir yerden bir yere taşınabilir özelliklere sahip olmadığı, genellikle üretildiği an tüketildiği için üretilen ve tüketilen miktarların ölçümü olanaksız değilse bile çok zordur. Örneğin, meta üretiminde girdi ve çıktı miktarları arasında doğrudan bir ilişki vardır. Üretimde kullanılan girdi miktarı, bize çıktı miktarı hakkında veya yam tersi, çıktı miktarı, üretimde kullanılan girdi miktarı hakkında bir ışık tutabilir. Kullanılan girdi miktarı arttıkça toplam maliyet de artacak, çıktı miktarı arttıkça da birim maliyet azalacaktır, cet. par. Hizmet sektöründe ise birim maliyet, üretim esnasında işgücünün çalıştığı zaman ile yakından ilişkilidir. Bir doktorun veya öğretmenin veya berberin veya bir danışmanın veya bir müzisyenin ürettiği hizmeti örnek olarak alalım. Bu kişiler ne kadar çok saat çalışırlarsa, o kadar çok hizmet üretirler ve hizmet üretiminin birim maliyeti düşer. Elektrik, su, enerji gibi üretimle birlikte artan değişken girdilerin maliyet artışı, meta üretiminde olduğu kadar çıktı maliyetini etkilemez.

Üretimde harcanan emek-zaman, hizmet sektöründe önemli olduğu için ilk bakışta Klasik iktisatçıların tercihi olan emek-zaman kıstasına göre üretilen hizmet miktarını ölçmeye çalışmak mantıklı bir seçenek gibi görünür. Ancak, hizmet üreten bireylerin zihinsel nitelikleri ve ürettikleri hizmetin kalitesi birbirinden farklı olduğu için nicel analizlerin pek sağlıklı olmayacağı görülür. Ayrıca, ülkeler arası kıyaslamalarda gelişmişlik farkları nedeniyle çok yanıltıcı nicel sonuçlar

alınabilir. Örneğin, İsveç'te ders veren bir tarih öğretmeni, Türkiye'deki tarih öğretmeni kadar yetenekli olmasa bile, ülkeler arası gelir farklılıkları nedeniyle eğitimde kullanılan zamanın karşılığı olarak çok daha yüksek gelir elde eder.

Ekonominin bütünü içinde çok önemli bir konuma sahip olan hizmet sektöründe değer-fiyat analizine burada zaman darlığı nedeniyle yer verilmeyecek ve geleneksel meta sektörü analizine devam edilecektir.

Meta (mal) sektöründe fiyat oluşumu

Yukarıdaki analizlerde meta üreten sektörde **göreceli değer-fiyat** üretimi ve ticareti üzerinde durmuştuk. Fakat, gerçek ilişkileri tam yansıtmayı engelleyen bir eksiklik vardı; üretici kârının, üretim, fiyat oluşumu ve ticari ilişkilerde oynadığı önemli rol. Şimdi sıra ticari ilişkilerde mal takası yapmak yerine para kullanan bir ekonomide kâr olgusunu da katarak fiyat oluşumun incelemede. Kâr olgusunun ortaya çıkmasıyla birlikte kaçınılmaz olarak fonksiyonel gelir dağılımı da analizin kapsamına girecektir. Ancak, bu önemli konu da bu çalışmada göz ardı edilecek ve fiyat oluşumu üzerine odaklanılacaktır. Daha önce **teknolojik-verimlilik**³ veya **makro-verimlilik** analizinde sözü edilen teknolojik yeniliklerin yeni fiyatların oluşumunda çok önemli bir rolü olmasına karşın bu konuya kısaca değinilecektir.

"Takas" ekonomisinde değerlerin, fiyatlara dönüşümü

Daha önce basit bir takas ekonomisinde ticareti incelerken takas oranının ürünün içerdiği (zihinsel ve bedensel) emek (LE^4), yani objektif değer (OV), ile talebin büyüklüğü (D), yani sübjektif değeri (SV), olduğundan söz etmiş ama talebi "veri" olarak kabul etmiştik. Objektif değer, OV , bize ürünün geçmişteki üretim aşamasında içerdiği emek değeri (LE_{t-1}) ve şimdi üretimde aktarılan emek değeri (LE_t) gösterir, kâr hariç. Sübjektif değer, SV , ise son-kullanıcılar için ürünün ne kadar değerli olduğunu gösterir.

Başlangıçta bir geyik, iki kunduz ile takas ediliyordu. Ama Leyla'nın zihinsel emeğinin katkısından sonra durum değişmiş ve Durum:1-A ve Durum:2-A'da gösterildiği gibi bir geyik, dört kunduz ile takas edilir olmuştur. Durum:1-B ve Durum:2-B'de, Leyla ve Maria dışında üçüncü bir kişinin talebi veri olarak kabul edilmiş ve takas sonucu Leyla'nın geliri ikiye katlanmıştı. Daha gerçekçi ve rasyonel bir durumu yansıttığı sanılan Durum:1-C ve Durum:2-C'de ise hem Leyla hem de Maria'nın verimlilik artışı sonucu daha iyi bir konuma geldikleri tespit

³ Teknolojik- (makro-) verimlilik analizi, zihinsel emeğin ürünü olan teknolojik yeniliklerin üretim ilişkileri üzerindeki uzun dönem etkilerini ele alır. Etkinlik (mikro-verimlilik) analizi ise kısa dönemde var olan teknolojinin ve diğer kaynakların etkin kullanımı ile ilgilidir.

⁴ LE: labor embodied

edilmişti. Bu gözlemler bize şunu net bir biçimde açıklamaktadır: Bir ürünün piyasa değişim değerini (MV^5), içerdiği (zihinsel-bedensel) emek (**LE**) ile o ürüne olan talebin büyüklüğü (**D**) belirler. Kârın olmadığını varsayarsak, piyasa değişim değerini aşağıdaki gibi gösterebiliriz:

$$MV = f(OV ; SV) \quad (26)$$

Veya;

$$MV = f(LE ; D) \quad (27)$$

Bu eşitlikten şu sonuca varılabilir; **LE**, yaratılan değerlerin kaynağıdır, ama piyasadaki değişim değerinin son belirleyicisi talebin büyüklüğüdür (**D**). Kârın olmadığı bir ortamda yukarıdaki Durum:1-C'yi, eşit piyasa değişim değerlerinin takası olarak şöyle ifade edebiliriz.

$$1 MV^g = 3 MV^k \quad (28)$$

Başlangıçtaki durum ise şöyleydi:

$$1 MV^g = 2 MV^k \quad (29)$$

MV^g ve MV^k geyik ve kunduzun piyasa değişim değerlerini simgelemektedir. Buradaki kritik soru şudur:

Bir takas ekonomisinde piyasa değerleri, MV , piyasa fiyatlarına, MP , nasıl dönüşür?

Piyasa fiyatlarını (MP) bulmak için eşitliğin her iki tarafına, kâr (π) olgusunu eklemek gerekir. Rekabet gereği kâr oranlarının (r) her iki üretici için de eşit olması gerektiğinden ticaret sonucu temel takas ilişkisi değişmeyecek ve bir geyiğin piyasa değeri, MV^g , onun piyasa fiyatına, MP^g , bir kunduzun piyasa değeri, MV^k , de onun piyasa fiyatına, MP^k , eşit olacaktır.

$$MP^g = MV^g + \pi^g \quad \text{bir geyiğin piyasa fiyatı} \quad (30)$$

$$MP^k = MV^k + \pi^k \quad \text{bir kunduzun piyasa fiyatı} \quad (31)$$

$$\pi = f(SV) \quad \text{or} \quad \pi = f(D) \quad (32)$$

Durum:1-C'ye göre:

$$1MV^g + \pi^g = 3 MV^k + \pi^k \quad (33)$$

Varsayım gereği:

$$\pi^g = \pi^k \quad (34)$$

⁵ MV : market value

Ve:

$$1MV^g = 3 MV^k$$

Eşitlik 28'de olduğu gibi. Veya:

$$1MP^g = 3 MP^k$$

(35)

Başka bir biçimde ifade edecek olursak; "takas" yapılan bir ekonomide piyasa fiyatının, MP , piyasa değerlerinden, MV , farkını belirleyen unsur kâr oranı veya kâr miktarıdır. Kâr oranları eşit olarak varsayıldığından, piyasa değerlerinin, piyasa fiyatlarını birebir yansıttığını söyleyebiliriz. Ancak, bilindiği gibi "takas" işlemi, piyasa ekonomisinin işleyişinde pek karşılaşılan bir durum değildir.

Para ekonomisinde fiyat oluşumu

Her ne kadar geleneksel ders kitapları fiyatın arz-talep koşulları tarafından belirlendiğini ve üreticiler için veri olduğunu yazsalar da bu görüş safsatadan başka bir şey değildir. Paranın değişim aracı olarak kullanıldığı eski adıyla kapitalist, yeni adıyla "serbest piyasa" ekonomilerinde her üretici kendi fiyatını kendi belirler. Uygulanan iktisadi politikaların da etkisi olmakla birlikte burada analize devam ederken âdil rekabet koşullarının var olduğunu ve kurumsal-kültürel altyapının piyasayı etkilemediğini varsayacağız. Her üretici, üretim maliyetlerinin üstüne "piyasa koşullarına uygun" bir kâr oranı koyarak satmaktadır ve talep veridir. Üretim maliyeti, ücret dahil tüm üretim girdilerinin maliyetidir. Homojen ürün söz konusu olmadığı için, homojen üretim yöntemi veya homojen fiyat da yoktur. Her ürünün kendine özgü nitelikleri, girdi kompozisyonu, üretim yöntemi, kalitesi ve fiyatı vardır. Dolayısıyla, her üretici için geçerli farklı üretim teknolojisi, üretim kapasitesi ve maliyet-gelir ilişkisinde farklı "başa baş noktası" olabilir. Ve işgücü dışında en az bir girdi daha kullanılmaktadır.

Daha önce ileri sürüldüğü gibi her türlü ticari değer yaratıcısı ve değere değer ekleyebilen tek kaynak işgücünün (zihinsel-bedensel) emeğidir. Ve her ürün son aşamada doğanın kaynaklarına ve işgücünün emeğine indirgenebilir. Ancak, paranın değişim aracı olarak kullanıldığı pazar ekonomilerinde ürünün piyasadaki satış fiyatı, genellikle ona aktarılan değer üzerindedir. Ürünü kendisine aktarılan değeri, geçen ama satış fiyatında, MP , var olan bu farka kâr (π) deriz. Kâr, sermaye sahibini gelirdir. Sermaye sahibi ürüne bir değer aktarmaz, ama üretimi gerçekleştirmek için aldığı riskin karşılığı kârdır. Bir anlamda kâr "artık-değer" anlamına gelir. Bu, işçiye ödenmemiş ücret değildir. Çünkü işçi zaten ürüne aktardığı değer karşılığını ücret olarak alır. **Kâr, sadece ve sadece işgücü tarafından gerçekleşmesi mümkün olan bir gelirdir.** İşgücünün katkısı olmadan ne bir ürün ne de herhangi bir değer üretebilmek olanaksızdır. Ama kâr olmadan

da sermaye sahibinin risk almasını gerektirecek hiçbir itici etken yoktur. Bu çerçevede piyasa fiyatını MP , şöyle tanımlayabiliriz: **Üretim maliyeti (CP^6) ve beklenen kâr oranı tarafından temel taşları oluşan ve satış aşamasında talep tarafından son biçimini alan, değer parasal ifadesidir.**

Tek girdili üretim

X-ürününün yalnız işgücü tarafından üretildiği bir ekonomi ve talebin veri olduğunu varsayalım. Üretim maliyeti (CP) aşağıdaki gibi olacaktır:

$$CP^x = w * L \quad (36)$$

Ve;

$$MP^x = CP^x + \pi^x \quad (37)$$

Bu tek girdili üretimde, üretim maliyeti (CP), piyasa değerine eşittir (MV), ama piyasa fiyatı (MP), kâr miktarı (π) kadar piyasa değerini aşar.

$$MP > MV \quad \text{veya} \quad MP > CP$$

Para ekonomisinde kâr unsurunun işleme katılmasıyla birlikte takas ekonomisinde gözlemlediğimiz piyasa değeri-piyasa fiyatı eşitliği ($MP=MV$) bozulur.

Çok girdili üretim

X-ürününün dün üretildiğini ve bugün üretilen Y-ürününün iki girdisinden biri olduğunu varsayalım. Diğer girdi işgücüdür, L . Y-ürününün üretim maliyeti, CP , dün ve bugün kullanılan işgücünün maliyeti, w^xL^x , ile dünün kârından oluşur.

$$CP^y = w^xL^x + \pi^x + w^yL^y \quad (38)$$

Y-ürününün değeri:

$$MV^y = w^xL^x + w^yL^y \quad (39)$$

Y-ürününün fiyatına son biçimini veren ise talebin büyüklüğü ile ondan etkilenen kâr miktarıdır.

$$MP^y = w^xL^x + \pi^x + w^yL^y + \pi^y \quad (40)$$

Başka bir ifadeyle;

$$MP^y = CP^y + \pi^y \quad (41)$$

⁶ CP : Cost of production

Ve, $\pi^x + \pi^y$ 'in büyüklüğüne göre:

$$MP^y > MV^y$$

Zamana göre gösterecek olursak:

$$MP_t = wL_{t-1} + \pi_{t-1} + wL_t + \pi_t \quad (42)$$

Üretimde "n" sayıda girdi kullanıldığını varsayalım:

$$MV^n = \sum LE^n \quad (43)$$

$$MP^n = \sum LE^n + \sum \pi^n \quad (44)$$

Maliyetin, gelire eşit olduğu bir "başa-baş" noktası (B) vardır. Fakat, kârını en çoklaştırmak isteyen üreticiler bu noktada veya altında üretim yapmak istemezler. Çünkü kâr etmeyen üretimi kimse yapmak istemez; en azından uzun dönemde istemez. Ürün fiyatı, normal koşullarda kendisine aktarılan değerlerden daha çoktur. Ama Leyla ve Maria gibi iki üretici ve tüketiciden oluşan bir toplumda ticaret sonucu ilginç bir durum ortaya çıkar. Üreticiler "takas" ticaretinde olduğu gibi eşit miktarlarda değişim-değerini takas ediyor olacaktır. Başka bir ifadeyle, $\pi^L = \pi^M$ olduğuna göre, $CP^L = CP^M$ ve $MP^L = MP^M$ olacaktır. Bir anlamda Leyla ve Maria'nın piyasa fiyatları, başabaş noktası fiyatları, kârsız fiyatlar, gibi olacaklardır.

Bu arada üretici, yani kapitalist olmayanlar, ürünlere aktarılan değerler dışında bir risk primi ödemeye devam edeceklerdir. Başka türlü üretimin sürekliliği sağlanamaz. Üretimin sürekliliği için sermaye sahibi olmayanların bir anlamda sermaye sahiplerine gelir yaratmaları gerekecektir.

Sıradaki ilgili kritik soru şu olmalıdır: **Rekabetçi bir piyasada piyasa fiyatı, MP, zihinsel emeğin katkılarından (teknolojik yeniliklerden) nasıl etkilenir?**

Aşağıda, bu sorunun yanıtı üç farklı duruma göre incelenecek ve bir yanıt aranacaktır.

1. **Veri** ürün ve **veri** teknoloji (üretim yöntemi);
2. **Veri** ürün fakat **yeni** teknoloji (üretim yöntemi) ve;
3. **Yeni** ürün ve **yeni** teknoloji (üretim yöntemi).

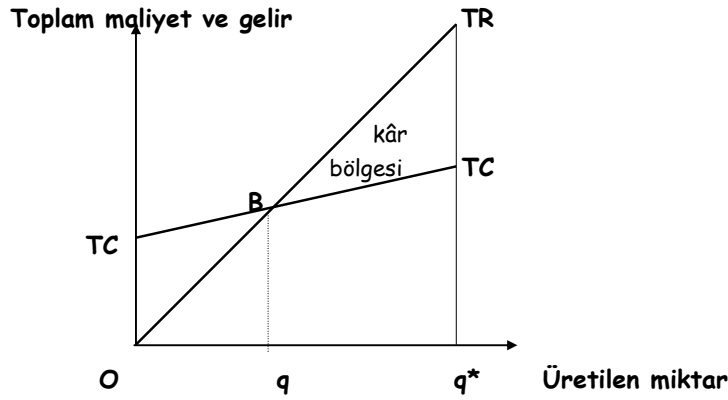
1- "Veri ürün", "veri teknoloji" (üretim yöntemi) ve fiyat

Üretim teknolojisinin bir biçimde önceden üretildiğini ve kullanılan araç-gereç tarafından içerildiğini varsayalım. Tam kapasite üretimde ve aynı zamanda etkinliğin optimum düzeyde olması durumunda kâr oranı (r), üretim maliyeti, fiyat ve talebin büyüklüğü tarafından belirlenecektir. Veya, farklı bir ifadeyle, üretim

maliyeti veri iken, belirlenen kâr oranı satış fiyatını (**MP**) ve talep edilen miktarı (**Q**) belirler.

Şekil-1 bize teknoloji, üretim kapasitesi ve talep veri iken, kâr oranı ile üretilen miktar arasındaki ilişkiyi gösterir. **B** gelir ve giderin eşit olduğu, kârın olmadığı başabaş noktasıdır. Kâr oranı veya miktarı toplam üretim artıp q 'dan sağa, q^* 'ya doğru kaydıka artış gösterecektir. Üretim tesisin en üst kapasitesi olan q^* 'da kâr oranı veya miktarı en üst düzeyde olacaktır.

Şekil -1

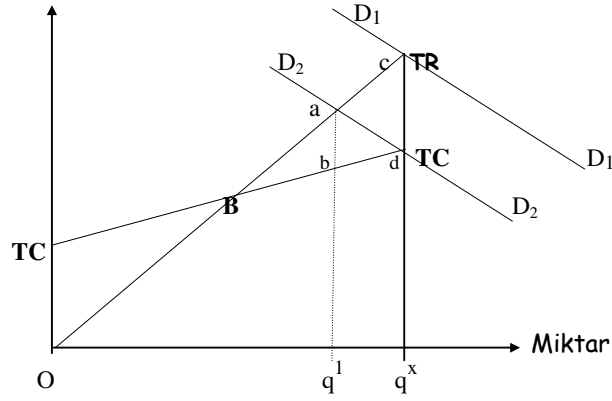


Herhangi bir sektörde satış fiyatının tek, üretim yöntemlerinin veri ama farklı ve üretim maliyetleri ile üretim kapasitelerinin de farklı olduklarını varsayalım. Her üreticinin elde ettiği kâr oranı, sektörün ortalama kâr oranından farklı olacaktır. Bunun başlıca nedeni üretilen miktarlardır, cet. par. Başka bir ifadeyle, aynı (homojen) veya farklı ürünler, farklı teknolojilerle (üretim yöntemleriyle) üretildikleri zaman, birim maliyetler, optimum üretim miktarları (üretim kapasiteleri), başabaş noktaları ve kâr oranları farklı olacaktır. Farklı üretim miktarları da kâr oranlarını farklı etkileyecektir.

Talepteki dalgalanmaların etkisi

Başlangıçtaki geçerli fiyat düzeyinin tam kapasite üretimi sağlayacak bir talep yarattığını varsayalım. Ama ardından herhangi bir nedenden dolayı talep eğrisi Şekil-2'de gösterildiği gibi D_1D_1 'den D_2D_2 'ye gerilesin. Talepteki bu azalma sadece üretilen miktarı değil, elde edilen kâr miktarı ve oranını da etkiler. Toplam üretimin q^* 'dan q^1 'e gerilediğini varsayarsak, kâr miktarı da Bcd 'den, Bab 'ye düşecek; $abcd$ alanı kadar bir azalacaktır. aq^1 bize yeni eksik kapasite üretim düzeyini gösterir.

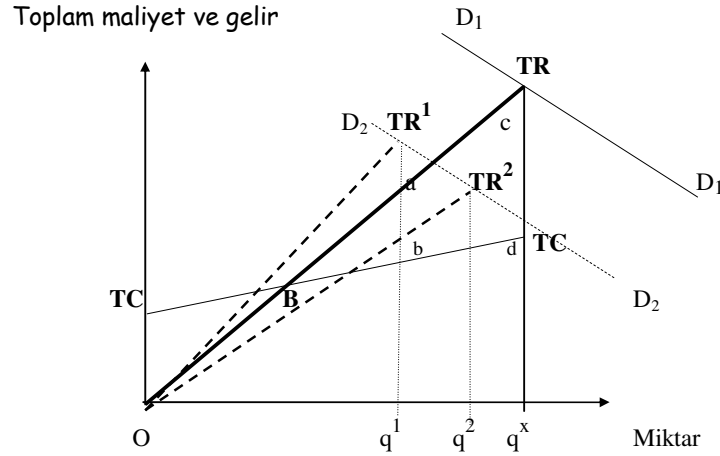
Şekil-2 Toplam maliyet ve gelir



Talebin, üretim kapasitesinin ve kârın azalması karşısında üretici satış fiyatını değiştirerek tepki verebilir. Eğer MP arttırılırsa, $O-TR$ gelir hattı daha dikleşir ve OTR^1 , olur (bak. Şekil-3). Buna karşın eski kâr miktarını elde etmek pek olası gözükmemektedir. Eğer MP düşürülürse, $O-TR$ gelir çizgisi daha yatay olacak ve üretim kapasitesi artacaktır; tabii eğer talep fiyat düşüşüne olumlu bir tepki verip, artarsa. Ama bu durumda bile eski kâr miktarını elde etmek pek olası gözükmemektedir.

Özetleyecek olursak: Fiyatı belirleyen etken, ürünün içerdiği emektir (LE -labor embodied) anlayışı bize gerçek olguyu tam olarak yansıtamamaktadır, özellikle de arz ve talebin dengesizliği söz konusu olduğunda. Bir ürünün geçmişteki aşamaları esnasında kullanılan emek için ödenen ücret ve elde edilen kâr ile son aşamada ödenen ücret, o ürünün asgari objektif değişim değerini belirler. Ürünün en son

Şekil-3



satış fiyatı ise piyasadaki talebin büyüklüğü ve beklenen kâr oranıyla doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla, yalnız üretim maliyeti değil, talebin büyüklüğü ve kâr oranı hep birlikte fiyatı belirlerler, cet. par.

Teknolojik (makro-) verimlilik artışı ve fiyat

Yukarıdaki analizde teknolojinin veri olduğu varsayılmıştı. Oysa uzun dönemde sürekli olarak teknolojik yenilikler piyasaya sunulur ve bu durum yeni fiyatların oluşumuna neden olur. Aşağıdaki analizde talebin veri ve üretimin tam kapasite olduğunu varsayacağız.

2- "Veri" ürün, "yeni üretim yöntemi" ve fiyat

Zihinsel emeğin ürünü olan teknolojik yenilikler iktisadi yaşamın çok önemli bir gerçeğidir. Sürekli olarak yenilikler icat edilmekte, geliştirilmekte ve bunların içinde kârlı olması beklenenlerden üretimde yararlanılmaktadır. "Veri" bir ürünü, "yeni üretim yöntemi" ile üretmek istemenin iki temel amacı vardır, cet. par:

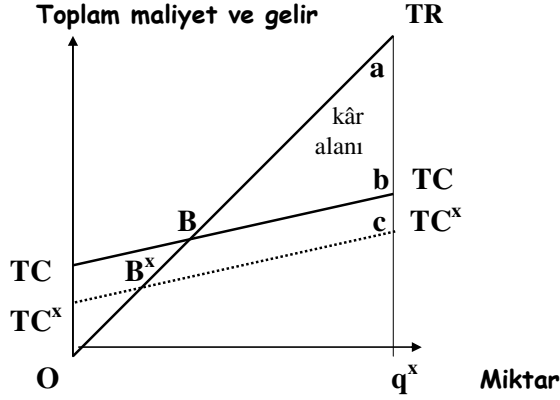
- 1- Üretim maliyetini düşürerek, aynı satış fiyatından daha yüksek kâr elde etmek; veya
- 2- Maliyetle birlikte fiyatı düşürerek, rakiplere karşı fiyat avantajı sağlamak.

Yeni bir üretim yönteminin⁷ kullanılmasıyla birlikte maliyet düşecek, **beklenen** ve çoğu zaman **gerçekleşen** normal kâr oranı, rakipler arayı kapayana kadar

⁷ İster maliyet düşüren, isterse yeni ürün sunan olsun, teknolojik yeniliklerin üreticiler tarafından kullanılmalarının amacı uzun dönemde kârı çoğaltmaktır. Kısa dönemde başka amaçlar da hedeflenebilir; örneğin rekabet koşulları nedeniyle.

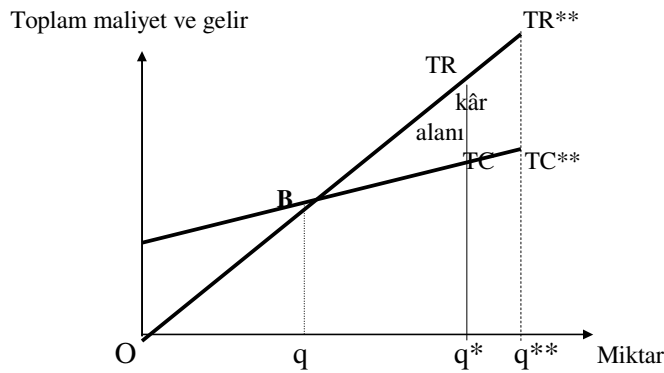
eskisinden daha yüksek olacak, veya fiyat avantajı nedeniyle pazar payı büyüyecektir. Şekil:4 maliyette tasarruf yapan bir teknolojik yenilik sonucu azalan maliyeti ve artan kârı göstermektedir. $TC^x - TC^x$ oluşan yeni maliyet doğrusudur. Teknolojik yenilik öncesi kâr bölgesi abB , yeni kâr bölgesi acB^x ve $acB^x > abB$.

Şekil-4



Yeni teknolojinin üretim maliyetini doğrudan düşürmek yerine dolaylı düşürdüğünü ve girdi miktarı-maliyeti belli iken çıktının arttığını varsayalım. Eğer fiyat değişmemişse, kâr miktarı ve oranı gene artış gösterecektir (Bak. Şekil-5). Yeni üretim kapasitesi artarak Oq^x 'den Oq^{xx} 'ya yükselmiş, yeni kâr alanı $BTR^{xx}TC^{xx}$ olmuştur. Girdiler aynı lakirken çıktının artması birim üretim maliyetinin de azalması anlamına gelir.

Şekil -5



Teknolojik yenilik sayesinde birim üretim maliyeti azaldığına göre, fiyat ne olacak? Aynı mı kalmalı, yoksa o da azalmalı mı?

Eğer talepte bir azalma söz konusu değilse, fiyatı değiştirmeye gerek yoktur. Böylece teknolojik yenilik sonucu elde edilen kâr miktarı ve oranı artacaktır. Eğer rakipler karşısında düşük maliyet avantajını kullanıp, pazardan alınan payı büyütme hedefleniyorsa, fiyatın düşmesi gerekecektir. Tabii fiyatın düşmesi, potansiyel kârın azalması anlamına gelir. Üreticinin uzun dönem hedefi bu konuda belirleyici bir unsur olacaktır.

Özetle; zihinsel emeğin ürünü olan teknolojik yenilik, normal olarak hem fiyat hem de kâr düzeyini etkiler. Fiyatın ne olacağına, piyasa koşulları ve uzun dönem hedefler çerçevesinde, üretici karar verir.

3- "Yeni ürünler", "üretim yöntemleri" ve fiyat

Ekonomik ilişkilerin en önemli özelliklerin biri sürekli olarak piyasalara sunulan teknolojik yenilikler sayesinde "yeni ürünlerle" karşılaşmasıdır. Uzun dönem gönenç artışının kaynağı da zihinsel emeğin ürünü olan bu yeniliklerdir. Yeni bir ürün, genellikle, yeni bir üretim yöntemini de beraberinde getirir ve böylece toplum dinamizmini hiç kaybetmez. Teknolojik yenilikler iktisatçıların her fırsatta kullandığı ceteris paribus varsayımı ve ona bağlı analizlerin niteliğini de sorgulamamıza neden olur. Çünkü hiçbir şey durağan (statik) değildir, aksine sürekli değişim içindedir.

Yeni ürünler söz konusu olduğunda oluşacak olası fiyat konusunda fikir üretmek, analiz yapmak da zorlaşır. Çünkü karşılaştırma yapılabilecek bir ürün yoktur ve talebin ne olacağı da önceden bilinemez. "Yeni" üretim koşullarında üretilen, "yeni" ürün için "yeni" bir fiyat oluşacaktır. Ancak, fiyatın ne olacağı hakkında kesin bir fikir üretememekle birlikte, "kâr beklentisi" hakkında kesin bir fikir öne sürülebilir: beklenen kâr, piyasa ortalamasının üstündedir. Çünkü, ürün yeni olduğu için, yeni bir talep oluşacak ve büyük olasılıkla arz edilen miktar talebi karşılamaya yetmeyecektir. Teknolojik yenilik sahibi elde ettiği patent hakları sayesinde rakipler araya kapayana kadar piyasada "tekel" olacağından, "beklenen" ve genellikle gerçekleşen kâr oranı piyasa ortalamasından yüksek olacaktır.

Son sözler

Bu çalışmanın en önemli tezi, üretilen veya var olana eklenen her değişim değerinin kaynağının işgücünün emeği, daha somut bir ifadeyle, zihinsel emeği olduğunu göstermektir. Yapılan analizler bu görüşün doğruluğunu kanıtlamıştır. Ürüne aktarılan değer, üretiminde kullanılan emeğin değeri kadardır.

Paranın değişim aracı olarak kullanıldığı kapitalist bir toplumda, üretimin her aşamasında ürüne aktarılan değere risk primi de denen kâr eklenir. Kâr oranı satış fiyatını etkiler. Ayrıca, ürüne olan talep de fiyat üzerinde etki yapar. Farklı bir biçimde ifade edecek olursak, ürünün satış fiyatında maliyetin rolü büyüktür; ama kâr oranı da fiyatı etkiler ve son söz talep tarafından söylenir.

Üretilen metaların temel kaynağını bulmak için üretim aşamaları geriye doğru incelendiğinde, son aşamada, daha doğrusu üretimin başlangıç aşamasında sadece iki üretim faktörü kaldığı görülür: Doğa ve emek. İnsan, bedensel gücünü ve zihinsel becerilerini kullanarak, doğanın varlıklarını faydalı ürünlere dönüştürür. Bu dönüşüm sürecinde zihinsel emeğin ürünü olan teknolojik yenilikler çok önemli bir rol oynar. Yaşam standardının sürekli yükselmesi ve karamsar iktisatçıların öngördüğü gibi uzun dönem kâr oranının sıfıra doğru düşmemesinin nedeni teknolojik yeniliklerdir.

Üretim teknolojisinin ve etkinliğin (mikro-verimliliğin) optimum düzeyde olduğunu varsayalım. Zihinsel emeğin ürünü teknolojik yenilikler, ürünlerin fiyatları üzerine iki tür etki yapar.

- 1- Birim üretim maliyetini düşürerek fiyat veya kâr düzeyinin değişimine olanak sağlar.
- 2- "Yeni" ürünler üretilmesine, dolayısıyla "yeni" fiyat oluşumuna neden olur.

Birinci durumda potansiyel kâr oranı, ikinci durumda ise "beklenen" ve genellikle gerçekleşen kâr oranı, piyasa ortalamasının üstündedir.

Gelir dağılımı konusu çok önemli olmasına karşın ana konuya sadık kalmak için üzerinde durulmadı. Ama yapılan analizler şunu gösterdi: Daha âdil ve eşitlikçi bir gelir dağılımı için, her bireyin üretici-tüketici, yani hem kapitalist hem de tüketici olmasında yarar vardır. Böylece herkes kârdan pay alabilecektir. Herkesin "eşit" oranda kârdan pay alması mümkün olsaydı, gelir dağılımı optimum olmasa bile çok daha âdil olurdu.

KAYNAKLAR

- Blaug, M. 1990 *The History of Economic Thought*
Edward Elgar Pub.. Ltd., Hants
- Gürak, H. 2000 "Economic Growth and Productive Knowledge"
YK-Economic Review, Vol. 11, No:1, pp. 55-69.
- Hicks, J. 1983 *Classics and Moderns*
Basil Blackwell Publ., Oxford
- Keynes, J.M. 1973 *The General Theory Of Employment, Interest And Money*, Macmillan Cambridge University Press
- Marx, K. 1976 *Capital*, Vol. I
Penguin Books
- Marshall, A. 1990 *Principles Of Economics*, Vol. I & II,
Macmillan And Co., London
- Ricardo, D. 1990 *On The Principles Of Political Economy And Taxation*,
Cambridge Uni. Press
- Schumpeter, J.A. 1954 *History of Economic Analysis*
Oxford Uni. Press, New York