

## NEOKLASİK İKTİSAT MODELİNİN FIRMA KURAMI ÜZERİNE DEĞERLENDİRME VE ELEŞTİRMELER\*

TUNCER BULUTAY

Bu yazımızda neoklasik iktisat modelinin firma kuramını ele alıyoruz. Yazımızı iki bölüm şeklinde sunuyoruz. İlk bölümde neoklasik modelin özünü açıklıyor ve bu modelin firma konusunda, iktisat yaşamı için temel öngörülerini belirtiyoruz. İkinci bölüme bugünün iktisat yaşamında (özellikle büyük) firmanın belirgin özelliklerini açıklayarak başlıyoruz. Sonra neoklasik modelin öngörülerini değerlendirmeye geçiyor, üç temel öngörüü teker teker ele alarak inceliyoruz. Sonuç kısmıyla yazımızı tamamlıyoruz.

### I

#### 1. TEMEL NEOKLASİK MODEL

İnsanlar olaylara belirli düşünce ve duygular açısından bakarlar. Bu düşünce ve duygular kişinin yeteneklerine, aile çevresine, gördüğü eğitime, ruhsal eğilimlerine, ahlak yargularına, milliyetine, dinine ve diğer birçok etkene bağlı olarak oluşur. Her olay bu etkenlere göre oluşmuş dünya görüşlerine göre değerlendirilir. Dünya görüşlerinin farklılığı nedeniyle aynı olay farklı iki kimse ya da topluluğa tamamen farklı görünebilir. Bu farklılık yalnızca toplumsal olaylar için söz konusu değildir, doğadaki olaylarda da aynı durum vardır.

Bu özellikler yalnızca günlük yaşama özgü de değillerdir. Bilim alanı için de aynı durum söz konusudur. Bilimde de olayların kesin ve değişmez niteliklerinden, her bilimciye göre kesinlikle aynı olma özelliklerinden, dünya görüşlerinden (kuramlardan) mutlak bağımsızlıklarından söz edilemez. Yani bilim alanında da her olay, her gözlem kısmen bütün bilim adamları için aynıdır ama kısmen de bilim adamının dünya görüşüne göre değişir.

(\*) Bu yazıyı okuyarak değerli eleştiri ve görüşlerinden yararlanmama olarak sağlıyan Yılmaz Akyüz ve Ercan Uygur'a teşekkür ederim.

Dünya görüşünü kuramla eş anlamda aldığımız için, yukarda açıklananlar olayların belli ölçülerde kuramlara bağlı oldukları görüşü şeklinde özetlenebilirler. Son yıllarda bilimsel yöntem tartışmalarında Hanson, Kuhn, Feyerabend gibi yazarlarca geliştirilmiş yaklaşımın özünün bu olduğu söylenebilir. Bizim de katıldığımız bu yaklaşıma göre, gözlemlerin mutlak tarafsızlığı, bilim adamlarının mutlak objektifliği, olayların mutlak egemenliği görüşü geçerliliğini geniş ölçüde yitirmektedir. Olayların kuramlara bağlı oldukları görüşü doğa bilimlerinde, bunların en gelişmiş sayılan fizikte de geçerlidir kanısındayız. Böyle olmasına karşın biz bu yazıda yalnızca iktisat kuramı üzerinde durmakla yetineceğiz.

Neoklasik iktisat okuluna bağlı iktisatçılar, yukarda açıklamaya çalıştığımız kuralın bir sonucu olarak iktisata belirli bir kuramsal çerçeveden bakarlar. Kanımızca geleneksel iktisat yaklaşımı açısından bir uzantı olmaktan öteye geçememiş, bu kuramın özünde önemli bir yer tutmamış olan monopol, monopolcü rekabet, oligopol gibi geliştirmeler bir tarafa bırakılınca, neoklasik iktisat modelinin kuramsal çerçevesi aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

Neoklasik iktisat modelinin (NİM'nin) üç temel ögesi vardır : Tüketici, üretici, pazar ya da piyasa. (\*) Tüketici kendi tercihlerine dayanarak, bütçe olanakları içinde doyumunu ya da faydasını, üretici teknik üretim olanakları içinde kârını ençoklaştırır. Tüketim alanından kaynaklanan mal istemi, üretim kesiminden gelen mal sunumu piyasada fiyat aracılığıyla dengeye gelir. Girdi piyasasında da koştur bir mekanizma söz konusudur. Yalnızca sunucu ve istemci yer değiştirmiştir. Tüketici girdi sunucusudur, üretici girdi istemcisidir.

Görüldüğü gibi bütün iktisat yaşamı üç ögeye indirilmiştir. Böylece çok önemli bir basitlik sağlanmıştır. Ama daha da basitleştirmeye olanak vardır. Çünkü matematikten, türevsel hesaptan yararlanma yoluna gidildiğinde görülmektedir ki tüketicinin fayda ençoklaştırması ile üreticinin kâr ençoklaştırması özlerinde aynı niteliği taşırlar. Herikisinde de eniyileştirme (optimizasyon) ya da sınırlı eniyileştirme sorunu söz konusudur. O halde tüketici ve üretici davranışını aynı temel yaklaşımın yalnızca iki ayrı uygulaması olarak almak olanağı vardır. Böylece temel öge sayısı daha azalmakta, büyük ölçüde basitlik sağlanmaktadır. Adeta fizik biliminde bir iki değişkenle doğanın de-

(\*) Bu modelde bir de tellal (auctioneer) ögesi olduğu söylenebilir. Bu yazımızdaki çözümlerimizde bir yeri olmayan bu ögeyi burada bir tarafa bırakmada sakınca görmüyoruz. Bu kavram ve ilgili çözümler için [1, kısım 8] a bakılabilir.

ğışmez sayılan özelliklerini belirliyen temel yasalara benzer, basit ve temel kurallar oluşturabilme yolu iktisat bilimi için de açılmış olmaktadır.

NİM'nde üçüncü öge olan piyasa ya da fiyatlar da söz konusu basitliği pekiştirme yönünde etkili olmaktadır. Çünkü fiyatlar tüketici ve üretici için veri durumundadır. Yani tüketici ya da üreticiler kendi iktisadi çabalarını, tüketim ya da üretim miktarlarını belirlerken yalnızca malların fiyatlarına bakmakla yetinebilmektedirler. Bir bilgi aracı olarak fiyatlar onlara (tüketici ve üreticiye) gerek duydukları bütün bilgileri sağlamaktadır. Böylece tüketici ve üreticilerin büyük bir kolaylık ve basitlik elde ettikleri açıktır.

NİM'nin temel özünü belirtmeye çalıştığımız bu açıklamaları bu kuramın temel rekabet anlayışına kısaca değinerek tamamlıyalım. Bu kuramda rekabet serbest giriş ilkesine göre işlemektedir. Bir dalda fazla kâr olduğu, daima ve büyük sayıda varlığı kabul edilen girişimcilerce fark edilmekte, bunlar bu dalda üretime başlamakta, üretim artışı bir yandan mal fiyatlarını azaltmakta diğer yandan girdilerin fiyatını artırmakta, kârın sifıra yönelmesi eğilimi ortaya çıkmakta, sonuçta kâr sıfır olmakta, verimsiz çalışan firmalar piyasada barınamadıkları için enaz masraf düzeyinde, en etkin bir masraf yapısına ulaşılmaktadır.

Kuramsal niteliklerini böylece açıkladığımız neoklasik modelin iktisat yaşamındaki görünümü nedir? Şimdi bu sorunu incelemeye geçiyoruz.

## 2. NEOKLASİK MODEL VE İKTİSAT YAŞAMI

Konuyu incelemeye geçmeden önce bu çok soyut modelin iktisat yaşamındaki yansımaları belirlemenin çok güç olduğunu belirtelim. Buna rağmen aşağıdaki açıklamaya çalışacağımız iki yaklaştırmaya olanak olduğu kanısındayız.

### a. Soyut Yaklaşırma

Neoklasik modelin yaşamdaki soyut görünümü tek başına küçük bir çiftçi ele alınarak açıklanabilir. Bu çiftçi ürettiği malın (örneğin buğdayın) fiyatını veri almak zorundadır. Kullanacağı girdileri (kazma, kürek, gübre, işgücü, v.s.) çarşıdan alacak ve bunların fiyatlarını da veri kabul edecektir.

Bu çiftçi kimle, ne için, hangi alanda rekabete, yarışmaya girişmektedir? Mal fiyatları veri alındığına göre bunlar üzerinde yarışma söz konusu değildir. Belki masrafta rekabet yapılacaktır. Ama bütün girdi fiyatları da veridir. O halde bu alanda da yarışma yapılamaz. Bel-

ki çiftçi daha çok çalışarak, mal ve girdilerde israftan kaçınarak rekabette bulunmuş olacaktır. Ama yukarıda açıklamaya çalıştığımız NİM'nde rasyonalite ilkesi, herkesin enazla ençoğu elde etmesi ilkesi vardır. Yani çalışma, israftan kaçınma konusunda da yarışmaya pek olanak yoktur. Olsa bile bu olanağın çok önemsiz düzeyde kalacağı söylenebilir.

Böyle olduğuna göre NİM'in özünü oluşturan tam rekabetçi yaklaşımda rekabete, yarışmaya (en azından bu sözcüklerin günlük yaşamda taşıdıkları anlamları ile) yer yoktur. Yani tam rekabet denilen durumda rekabetin varlığından söz edilemez.

Bu nedenle, verilen çiftçi örneğiyle gösterilen modeli tam rekabetçi olarak değil de tam bireyci olarak nitelenecek çok daha uygun olur. Çünkü söz konusu çiftçi bu modelde dış alemle bütün ilişkisini piyasa aracılığıyla ve enaz düzeyde gerçekleştirmektedir. Çarşıya gitmekte, alacağı girdileri, veri fiyatdan ve herhangi bir kişiden alabilmekte, satacağı malı da yine veri fiyatdan herhangi bir kişiye satabilmektedir. Böylece bu satıcı ve alıcıları çiftçinin arayıp bulmasına, onları tanımalarına, onlarla ilişki kurmasına gerek kalmamaktadır. Böylece çiftçinin dış dünya ile ilişkisi enaz düzeyde kalmaktadır.

Bu modelde çiftçi dış dünya ile bütün ilişkisini piyasa aracılığı ile sürdürebilir. Çünkü gereksinim duyduğu bütün girdileri çarşıdan alabilir. Böyle olunca örneğin işçi kullanmanın bir anlamı yoktur. Çünkü işçinin üreteceği malı, fiyatını ödeyerek piyasadan sağlayabilir. Yani diğer bir kişiyle birlikte çalışmasına gerek yoktur. Çiftçi tek başına çalışır ve toplumla tüm ilişkilerini piyasa aracılığı ile sürdürebilir.

Böylece bu modelde çiftçinin toplumla ilişkisi enaz düzeye inmiş tam bir bireyci olduğu açıktır. Bu modelde tam bireyci ismini vermenin uygun olacağı da bellidir. Bu modelde toplumsal ilişkiler enaz düzeye indirildiği, bir bakıma bugün yaşanan anlamda toplum da ortadan kalktığı için, ancak toplum içinde bir anlam taşıyan rekabet de NİM'nde yer almamaktadır.

Yalnızca rekabet değil, bugünkü yaşamda ifade ettikleri anlamlarıyla firma, hatta üretim de bu modelde yoktur. Yukarıda belirtildiği gibi bu modelde herkes her istediğini piyasadan fiyat ödeyerek alabileceğine göre iki kişinin bir araya gelmesine, firma oluşturmaya hiçbir gerek yoktur. Bugünkü yaşamda üretim geniş ölçüde birden fazla kişinin biraraya gelmesi ile sağlandığına göre söz konusu modelde üretimi de yer yoktur.

Bu nedenle bu model ancak tarım aşamasına da geçmemiş ilkel topluluklara, bu topluluklarda geçerli olan değişim (exchange) ekono-

misine uygulanabilme niteliğindedir. Başka yazılarımızda açıkladığımız gibi farksızlık eğrileri çözümlenmesi de geniş ölçüde değişim ekonomisine dayanmakta, ancak bu ekonomilerde geçerli olabilecek bir mantıkla işlemektedir. Genel denge kuramı konusundaki varlık kanıtlamalarında değişim ekonomilerinin çok önemli yer tutması da NİM'in bu özelliğinden (üretime pek açık olmayışından) ileri gelmektedir.

#### b. Gerçeğe Yaklaşırma

Buraya kadar verdiğimiz açıklamalar NİM'ni çok soyut düzeyde ele almaktadır. Oysa herhangi bir modelin yaşam karşısında değerlendirilmesi yapılırken bu kadar soyut düzeyde kalmanın doğru olacağı söylenebilir. Çünkü kuram niteliği gereği soyuttur. Kuram gerçek yaşam açısından değerlendirilirken soyutdan uzaklaşmak, kaba davranma riskine katlanarak gerçek karşısında anlam taşıyacak öngörülere başvurmak gerekir. Şimdi bu ikinci yaklaşılmayı, NİM'nin iktisat yaşamı için kaba öngörülerini incelemeye geçiyoruz.

##### b.1. Firmanın Küçüklüğü ve Masraf Eğrisinin Şekli

Bu yaklaşılmaya göre NİM'nde herkes girişimci değildir, ama girişimci boldur. Girişimcinin bolluğu firma sayısının çok, buna karşılık firmaların öneminin az olmasına neden olur. Diğer bir deyişle NİM'ne göre ekonomide çok sayıda fakat küçük firma dağılımı egemendir.

Firmaların küçüklüğü ile ilgili önemli bir nokta firmaların U şeklinde bir masraf yapısına sahip olmalarıdır. Yani üretimin ilk aşamalarında marjinal masraf azalacak (marjinal verim(\*) artacak), orta düzeylerinde sabit kalacak, daha sonraki aşamalarında hızla artacaktır. Sabit masraf (verim) aşaması kısa (bazan nokta şeklinde) ya da uzun olabilecektir. Artan verimler durumunu yalnız başlangıçtaki kısa bir süreye tanıyan bu masraf yapısı, özellikle masraf az bir üretimden sonra artma eğilimine girerse, firmaların büyüklüğünü sınırlayacak, küçük ölçekte kalmalarına neden olacaktır.

Lisans düzeyindeki geleneksel ders kitaplarında firmaların, yukarıda belirttiğimiz niteliğiyle U şeklinde bir masraf yapısına sahip oldukları kabul edilir. Böyle bir masraf yapısı hangi nedenlerle açıklanır? Bu soruya aşağıdaki yanıt verilebilir.

(\*) Bütün bu yazımızda verim ve getiri kavramları arasında bir ayırım yapmıyor bunları eş, aynı anlamda kullanıyoruz. Tabii bu kavramlar aynı değil, ayrı anlam taşırlar. (Bu konuda [1, s. 149]a bakılabilir.) Ama bu makalemizdeki çözümlerimizde bu ayırma gerek olmadığı için, kabaca hareket edip getiri ve verimlilik kavramlarını bu yazımızda eş anlamda kullanmakta sakınca görmüyoruz.

### b.1.1. U Şeklinde Masraf Eğrisinin Dayandırıldığı Esaslar

Bir açıklama bireyin, kişinin çalışma gücüne dayandırılabilir. Bindiği gibi insan bir çalışmaya (örneğin günlük çalışmaya) başlama anlarında uyum güçlükleri geçirir. Tatile gitmek gibi nedenlerle çalışma düzeni aksadığında bu uyum süresi uzunca olabilir ama genellikle kısadır. Bu uyum süresi bir tarafa bırakıldığında çalışmada önce verim yükselir sonra sabit kalır daha sonra hızla azalır. Kişilere ait bu özelliklerin U masraf eğrisi anlayışına ne kadar etkili olduğunu bilmiyoruz.

Buna karşılık U eğrisindeki artan getirinin üretimdeki bölünmezliklere, azalan getirinin ise özellikle girişimcinin, ya da toprak gibi girdilerin kıtlığına bağlandığını(\*) söyleyebiliriz. Azalan getiride firmanın üretim kapasitesi sınırlarına yaklaşıldığında masrafın hızla artma eğilimi göstereceği görüşü de egemendir.

Masraf eğrisinin U şeklinde olması ne sağlamaktadır? Bu soru da aşağıdaki biçimde yanıtlanabilir.

### b.1.2. U Masraf Eğrisinin Yarattığı Sonuçlar

Söz konusu masraf yapısının artan getiri kısmı, firma yoluyla (birlikte üretimle) bölünmezliklerin oluşturuldukları engelin yıkılmasına, üretim yapılmasına ya da artırılmasına olanak sağlamaktadır. Böylece de bu artan getiri kısmı firmanın ortaya çıkması yönünde önemli bir katkı yaratmaktadır.

Ama U masraf eğrisinde artan getiri durumu ancak başlangıçtaki önemsiz bir üretim dönemine aittir. Dolayısıyla önemi az, kısa süreli ve geçicidir. Önemli ölçülere varan artan getiri durumunda, firmanın büyümesi, fiyatları ve piyasayı geniş biçimde etkilemesi, iktisat yaşamına egemen olması önlenemez. Bu durumda piyasaya giriş te çok güçleşir. Böyle olunca NİM'nde ancak geçici, başlangıç dönemine ait, kısa süreli, önemsiz artan getiriye olanak vardır. Önemli ölçülerdeki artan getiri bu modelde yer almaz. Nitekim NİM'nin temeli sayılabilecek genel denge kuramındaki dengenin varlığı kanıtlamalarında karşılaşılan, aşılması en güç engel önemli ölçülere varan artan getiri durumudur.

Sabit getiri varsayımının en büyük sakıncası üretimin belirsiz olmasıdır. Bu varsayımına göre her üretim düzeyinde verimlilik aynı olacağına göre üretimin, dolayısıyla firmanın büyüklüğü belirsizdir. Hatta bu varsayımına göre birden fazla kişinin bir araya gelerek üretim

(\*) Bu konuda, 12, s. 69; 3, s. 61; 4, s. 170'e bakılabilir.

yapmasının, firma oluşturmasının bir yararı, mantığı da yoktur. Böyle olmasına karşın sabit getiri varsayımına iktisat kuramında önceki yüzyıllarda da bugün de geniş ölçüde başvurulmaktadır. Bu varsayımın sağladıklarına örnek olarak, üretim işlevi (fonksiyonu) kullanan çözümlenelerde gelir bölüşümüne belirlilik kazandırması ve ilgili yararlar belirtilebilir. Ayrıca bu varsayım büyük basitlik taşımaktadır. Bu nitelikleriyle bu varsayım genel denge kuramı konusundaki kanıtlamalarda geniş ölçüde kullanılmaktadır.

Azalan getiri, diğer bir deyişle artan masraf varsayımı üretimin bir yerde durmasını, firmanın çok büyümemesini sağlıyor. Firmada kâr ençoklaştırması (marjinal) masrafın artması durumunda gerçekleştirilebiliyor. (\*)

Böylece NİM'e göre artan getiriyi (hiç olmazsa önemli ölçülere varması, süreklilik kazanması durumunda) bir tarafa bırakmak, azalan ya da sabit getiri ile yetinmek gerekiyor. Genel dengenin varlığı kanıtlamalarında önemli bir yeri olan üretim kümesinin dışbükey olması da bu demek zaten.

#### b.2. Rekabet Kavramı

NİM'ne göre firmaların küçük olması piyasalara giriş çıkışı kolaylaştırıyor. Girişimci de bol olduğu (herkese girişimci olabilme yolu açık olduğu) için herhangi bir piyasada meydana çıkan dengesizlik, bu dengesizlik sonucunda beliren kâr uzun süre devam etmiyor. Girişimciler bu aşırı kârdan yararlanmak için o alana hücum ediyorlar, üretime girişiyorlar. Üretim artıyor, mal fiyatları düşüyor, girdi fiyatları yükseliyor, masraf artabiliyor. Sonuçta dengesizlik giderilmiş, onunla birlikte kâr da ortadan kalkmış oluyor.

Bu nitelikteki rekabet sonucunda bir kâr kalsa bile bu ancak masraflarda sağlanan elverişli durumdan kaynaklanıyor. Yani masrafını enaz düzeye indirilebilmiş firma uzun süreli denge durumunda da kâr etmeye devam edebiliyor. Ama burada açıkça görüldüğü gibi girişimciler arasındaki rekabet masraf üzerinde yarışma niteliği taşıyor.

Böylece NİM'ndeki rekabet herhangi bir alanda ortaya çıkmış kârı elde etme, paylaşma, sonunda da yok etme savaşımı, masrafı en aza indirme, verimliliği ençoğa çıkarma yarışması oluyor.

#### b.3. Neoklasik Modelin Öngörülerinin Özeti

Özetlersek, NİM'nin iktisat yaşamı hakkındaki kaba nitelikteki öngörülerini şöylece belirtebiliriz :

(\*) Bu konuda, örneğin [5, s. 86, 87]ye başvurulabilir.

İktisat yaşamında çok sayıda firma vardır ve bunlar önemsiz ve küçüktür.

Girişimci boldur. Bunlar bir alanda ortaya çıkmış geçici kârı ele geçirmek, paylaşmak için rekabete girerler. Bu yarışma sonucunda kâr ortadan kalkma eğilimi gösterir. Ekonomide bol ve sürekli kâr yoktur.

Girişimciler masraf üzerinde rekabete girerler. Burada enaz masraflı, en verimli üretimi elde etme yarışması söz konusudur. Kâr eden, en başarılı firma masrafı enaz olan, en verimli firmadır.

## II

Şimdi bu öngörülerini iktisat yaşamı karşısında değerlendirmeye ve eleştirmeye çalışacağız. Ama önce firma konusunda iktisat yaşamının temel özelliklerini belirtmemiz gerekiyor.

### 3. İKTİSAT YAŞAMINDA FIRMA

Bu konuyu iki başlık altında incelemeyi yararlı buluyoruz.

#### a. Gerçek Yaşamda Firmanın Oluşumu

Sanayi alanında firmaların oluşma dönemlerinde, orta çağın sonları, yeni çağın başlarında Batı Avrupa ülkelerinde şöyle bir durum vardı: Bir yanda, feodaliteden, büyük toprak sahipliğinden, ticaretten, faizcilikten, v.s. kaynaklanan büyük zenginlikler kişi ya da ailelerde toplanmıştı. Öte yanda, küçük işyerlerinde yapılan üretim, nüfusun, ticaretin, gelirin artışı sonucunda ortaya çıkan istemi karşılamaya yetmiyordu. Atölyelerin genişlemesine, üretimin artmasına gitkçe daha yoğun biçimde gereksinim duyuluyordu. Söz konusu servet sahipleri ile atölye ve işyeri maliklerinin çeşitli biçimdeki ortaklıkları ile atölyelerin genişlemesi, fabrikaların oluşturulması yoluna gidiliyordu. Böylece de bu günkü firmaların ön modeli (prototipi) oluşmuş oluyordu.

Türkiye'de firmalar da benzer biçimde yaratılmıştır. Özellikle 1950 sonrasında batı dünyasına açılmak nedeniyle birçok mala büyük istem ortaya çıkmıştır. Dış ticaret, dışalım güçlüklerinin de katkısıyla bu ürünlerin özellikle 1960 sonrasında yurt içinde üretilmesi yoluna gidilmiştir. Toprak sahipliğinden, ticaretin her biçiminden kaynaklanan büyük paralarla bu üretimi sağlayacak fabrikalar, firmalar hızla yaratılmıştır. Türkiye'de bu konudaki gelişmenin şu ayırıcı özellikleri vardı: Firmaların ilk oluşması aşamasına koşut olarak bürokrat kö-



kenli işadamlarının başlangıç dönemleri için önemleri görece fazla idi. Kurulan firmalar dışalım kısıtlamaları ile geniş ölçüde korunuyordu. Çok büyük hızla gelişen bankacılık aracılığıyla, öz sermayeye oranla çok daha fazla kredi kullanılabilirdi. Sürekli enflasyon gözönüne alındığında faiz olarak hemen hiçbir şey ödenmiyordu.

Dünya ve Türkiye'de firma oluşumunu açıklayan bu görüşümüzün temel bir özelliği şudur : Para ve krediye sahip olan bir ya da birkaç kişi (ya da ortaklık) belirli mallar üretmek için firma ve fabrika oluşturmuşlardır. Girişim onlardan gelmiştir. Bu firmalarda çalışan işçiler bu girişim açısından pasif durumdadırlar. Yani bazı yazılarda (\*) ileri sürüldüğü gibi, işçiler önlerinde serili durumda olan çeşitli üretim seçenekleri arasında yalnız bir tanesi olan firma şeklindeki üretimi seçmiş değillerdir. İşçiler için firmanın oluşması konusundaki tek özgürlük (o da özgürlükse) bu firmada çalışmak ya da çalışmamaktır. Böylece firmada hiyerarşik nitelik ta başından beri vardır ve bu hiyerarşide işçinin yeri önerilen bir işi kabul edip etmemekten ibarettir. İşçiler için yakındaki, aynı ya da yakın düzeydeki işler arasında seçim yapma özgürlüğü bazan vardır. Ama işçilerin büyük çoğunluğu için bu konuda bunun ötesinde bir seçenek ya da özgürlük söz konusu değildir.

#### b. Gerçek Yaşamda Firmanın Sağladığı Sonuçlar

Şimdi gerçek yaşamda firmaların (özellikle sanayideki firmaların) yarattıkları olanakları incelemeye geçiyor, firmaların oluşmasının temel nedeninin bu yolla geniş kazanç olanaklarının sağlanması olduğunu söylüyoruz. Firma oluşuyor, insanlar bir arada, örneğin bir fabrika çatısı altında üretim yapma yoluna gidiyorlar, çünkü, birçok malın üretimi ancak böyle sağlanabiliyor. Biraraya gelmeden gerçekleştirilebilen ürünler de fabrika biçiminde çok daha verimli, çok daha iyi üretilebiliyor. Böylece firma aracılığı ile çok daha yüksek kaliteli, çok daha bol ürün üretilebiliyor. Bu durum üretici firmalara piyasalarda ve toplumda büyük güç sağlıyor. Firmaca, piyasa reklam gibi

(\*) Bu yazılara örnek olarak [6] gösterilebilir. Bu yazıda firma oluşumu şöyle açıklanmaktadır: İnsanların bir araya gelerek üretimde bulunmaları daha verimlidir. Ama bu toplu üretimde kişilerin bireysel katkılarını belirlemek güçtür. Bu belirsizlik nedeniyle kişinin çalışması, katkısı kişiye mal edilemez, topluluğa ait kamu malı niteliğinde kahr. Bu durumda kişi çalışmaz, işten kaçar. Böyle olunca bir merkezi ölçücüye (monitor ya da manager'e) gerek duyulur. Gerçek ya da potansiyel işten kaçanları (shirker) kontrol edebilme olanağına sahip bu ölçücünün denetiminde firma oluşur. (Bu konuda ve firma oluşumunu açıklamaya yönelik diğer çalışmalar için [7, s. 36, 37]ye bakılabilir.)

yollarla geniş biçimde etkileniyor, fiyatlar azınsanamıyacak ölçülerde belirleniyor, teknolojik gelişme olanakları yoğun olarak kullanılabilir. Piyasada sağlanan tam ya da eksik egemenlik firmanın mal varlığının, sermayesinin değerini çok artırabiliyor. Bu olanaklar firmanın büyümesine koşut biçimde artıyor.

Böylece firma biçiminde üretimle gerçek (reel) ve parasal artan getiriden geniş ölçüde yararlanılıyor. Firmanın büyümesine koşut olarak artan getiri olanağı da hızla artıyor. Bu eğilim firmaların gittikçe büyümesine, piyasada büyük firmaların öneminin gittikçe artmasına neden oluyor.

#### 4. NEOKLASİK MODELİN ÖNGÖRÜLERİNİN DEĞERLENDİRİLİP, ELEŞTİRİLMESİ

Şimdi verdiğimiz açıklamalar, iktisat yaşamının hergün karşılaştığımız nitelikleri gözönüne alındığında, yukarıda belirttiğimiz, NİM'ne ait öngörülerin gerçeklere ne denli ters düştükleri ortadadır. Belki küçük üreticiliğin egemen olması durumunda tarımda, diğer bazı önemsiz alanlarda bu modelin öngörülleri geçerli olabilir. Ama özellikle sanayi olmak üzere ekonominin önemli kesimlerinde bu öngörülerin gerçeklere uygunluğundan sözedilemez.

Öngörülleri tek tek ele alarak incelememizi sürdürdüğümüzde şunları söyleyebiliriz :

##### a. Büyük Firmalar

Özellikle sanayi gözönüne alındığında bugünün iktisat yaşamına büyük firmaların egemen olduğu açıklıkla ortadadır. Büyük firmaların yaşamdaki bu büyük ağırlıklarının zaman geçtikçe azalmadığı, tersine artma eğilimi gösterdiği de bilinmektedir. Türkiye'deki gelişmelerin de bu yönde olduğu söylenebilir.

Burada firmaların birleşmek (merger) yoluyla büyümeleri olayına kısaca değinelim. İktisat yaşamında sıkça rastlanan bu olayın nedeni, NİM'ne göre, satın alan firmanın sahiplerinin (hissedarlarının) bu birleşmeler ile kârlarının artması olmalıdır. Oysa [7. s. 45] e göre neoklasik iktisat kuramının bu öngörüsü de gerçek yaşamca doğrulanmamakta, birleşmelerde satın alan firmanın kârı azalabilmektedir.

Gerçek yaşamın bu olguları karşısında NİM'nin bol sayıda, önemsiz, küçük firma olacaktır şeklindeki öngörüsünün iktisat yaşamına ters düştüğünü kolaylıkla ileriye sürebiliriz.

## b. Girişimcinin Bolluğu

NİM'ne göre girişimci bol sayıdadır. Bol olan girişimciler ortaya çıkan geçici kârı paylaşmak için aralarında yarışa girerler ve bu yarışma sonucunda geçici kârı ortadan kaldırırlar. Diğer bir deyişle girişimciler kendi varlıklarının nedeni (eski terimlerle sebebi hikmetleri) olan kârı ortadan kaldırırlar. (\*)

Bol oldukları, kendi varlık nedenlerini ortadan kaldırma yönünde yarıştıkları için girişimcilerin fiyatları olarak alınabilen kâr oranı sıfıra yönelir. Diğer bir deyişle NİM'ne göre girişimci hizmeti serbest mal olmaya yönelecek kadar bol ve iktisat açısından değersizdir.

NİM'nin böyle söylemesine karşın gerçek yaşamda kâr vardır, hem de boldur, azalma eğilimi gösterdiği de son derece kuşkuludur. Gerçek yaşamda kârın bolluğuna değinilerek bunun nedeni sorulduğunda girişimcileri savunanlardan şöyle bir yanıt alınabilmektedir: Girişimci öyle kolay bulunmaz. Yani girişimci bol değildir. Girişimci hizmeti kıt mal olduğu için girişimcinin bol kâr sağlaması doğaldır. (\*\*)

Böylece NİM'nin girişimci kavramı ile iktisat yaşamının ortaya çıkardığı girişimci anlayışı arasında çelişki vardır.

Öte yandan girişimcilerin bir dal ya da alanda ortaya çıkmış (bundan sonra tekeli kârı diyeceğimiz) kârı ele geçirme, paylaşma için rekabete girişmeleri görüşü bizce gerçek yaşama uymaktadır. Ama bu yarışma sonucunda kâr ortadan kalkma eğilimi göstermez. Tersine, kısa süreli oynamalar bir tarafa bırakılırsa, kârın gittikçe arttığı söylenebilir.

Çünkü bugünkü yaşam ortamında girişimcinin temel özelliği para, sermaye, kredi gibi geniş olanaklara sahip olmasıdır. Kanımızca bugün girişimciyi atılım gücü, risk üstlenme eğilimi gibi bireysel yeteneklerle açıklayabilme olanağı yoktur. Böyle olunca girişimcinin herkese, her yeteneğe açık bir ortamda, tam rekabet koşulları içinde hareket ettiğini varsaymak çok yanlış olur. Yani günümüzün iktisat ya-

(\*) Benzer nitelikte bir görüş için [2, s. 68]e bakılabilir.

(\*\*) Burada NİM'nde girişimciyi ele alışı zaman zaman başvurulan bir yöntemde değinelim. Bu yöntemde göre girişimci de bir üretim girdisidir ve onun ücretini kârdan ayırmak gerekir. Ya da genel olarak girdilerin sağladıkları rant kârdan ayrılmalıdır. Böyle bir yöntem izlendiğinde, özellikle de girişimci ücreti ya da girdi rantı çok aşırı ölçülerde belirlendiğinde kâr ortadan kalkabilir. (Bu konuda, örneğin, [4, s. 170]e bakılabilir.)

Biz bu yöntemi konuyu açıklıktan uzaklaştırdığı, kapitalist ekonomilerin temel güdüsünü (motifini), ayırıcı temel niteliğini oluşturan kârı gizlediği için anlamlı ve yararlı bulmuyoruz.

şamında girişimciler arası yarışma, tam rekabet koşullarından çok uzak bir ortamda, tekeli durumların az ya da çok egemen olduğu alanlarda yapılmaktadır. Bu alanlarda firmalara özgü mal yaratma, mal fiyatları üzerinde oynama, reklamlara başvurma, teknolojik yeniliklere girme yolları asıl rekabet araçları olarak kullanılmaktadırlar.

Tekelci özelliklerin az ya da çok egemen olduğu bu piyasada, çokca zaman çeşitli tekel olanaklarına (para, sermaye, kredi gibi) sahip, tek kişi ya da grup şeklindeki girişimciler bazan bir alanda ortaya çıkmış kâr paylaşmak için aralarında yarışmaya girmektedirler. Bazan bu yarışma sonucunda söz konusu kâr ortadan kalkabilmektedir. Ama çokca zaman böyle bir sonuç doğmamaktadır. Doğmaması da doğaldır. Çünkü anılan tekeli kâr ortadan kaldıracak herhangi bir mekanizma belirtilen tekeli ortamda yer almamaktadır. Ayrıca ve daha önemli olarak firmalar ve girişimciler yeni tekeli kârları oluşturma yoluna sürekli biçimde gitmektedirler. Böylece iktisat yaşamında kârın ortadan kalkması eğilimi gözlenmemekte, tersine, kâr gittikçe artmaktadır.

Bu girişimcilerin kendi aralarındaki rekabetleri de tam rekabet kuramının söylediği biçimde (ki bu rekabetin ne olduğu belirsizdir) olmamaktadır. Gerçek yaşamdaki bu rekabetde sayıları az olan girişimciler daima birbirlerini sınyarak, kolluyarak davranmaktadırlar. Tabii aralarında çok zaman açık ya da gizli biçimde uzlaşma ya da anlaşmaya varmaktadırlar.

Böyle olduğu için bu rekabet ortamını NİM'nin çerçevesinde incelemek uygun olmamakta, başka çözümleme yöntemlerine başvurmak gerekmektedir. Kanımızca bu yöntemler arasında oyun kuramının özel bir yeri vardır. Çünkü oyun kuramının temel işleyiş mekanizması, niteliklerini açıklamaya çalıştığımız tekeli rekabet ortamına uygun düşmektedir. Önümüzdeki yıllarda bu kuramın iktisat yazınında gittikçe daha fazla önem kazanacağı kanısındayız.

NİM'nin üçüncü öngörüsünü incelemeye geçmeden bugünün iktisat yaşamında girişimcilerin yanında yöneticilerin de önem kazandığına değinelim. Bu konuda birtakım yeni düşünce ve modeller geliştirilmiştir. Biz bunlardan bir kısmına aşağıda kısaca değineceğiz.

### c. Firmalarda Masraf Yapısı

Bu konudaki açıklamalarımıza iktisat ders kitaplarında yer alan U şeklindeki marjinal ve ortalama masraf eğrileri ile, NİM çevresinde çok kullanılan üretim işlevleri arasındaki bir uyumsuzlığa değinerek

başlıyalım. NİM anlayışı içinde yapılan araştırmalarda çok yoğun biçimde başvurulan Cobb-Douglas üretim işlevinde ortalama ve marjinal masraf eğrileri U şeklinde değildir. Bu eğriler çeşitli ölçüğe göre getiri durumlarına bağlı olarak şekil değiştirmekte ama U şeklini almamaktadırlar. Örneğin NİM'nde çok büyük önem ve ağırlığı olduğu bilinen sabit getiri durumunda ortalama ve marjinal masraf eğrileri çakışmakta ve X eksenine göre yatay bir doğru şeklinde olmaktadır. (\*)

Böyle olmasına karşın üretim girdilerinden biri dışındakileri sabit tutarak, diğer bir deyişle sabit masrafın varlığını kabul ederek Cobb-Douglas üretim işlevinden U şeklinde masraf eğrileri elde edebilme olanağı vardır. Tabii burada kısa süreli masraf eğrilerine ulaşmak söz konusudur. (\*\*)

Bu yolla U masraf eğrisi ile Cobb-Douglas üretim işlevinden elde edilen masraf eğrilerini uyuşturmak olanağı vardır. Ama uyuşmayı sağlamak için izlenen yolun Cobb-Douglas işlevinin temel anlayışına, özellikle işlevin büyüme kuramı alanında kullanılması mantığına uygun düştüğü çok kuşkuludur. Çünkü kanımızca Cobb-Douglas üretim işlevinin temel mantığı (özellikle bu işlevin Solow büyüme kuramındaki kullanımında sağladığı temel özellik) üretim etkenleri arasında yerine koymaya (ikameye) olanak tanınmasıdır. Bu olanak ise ancak söz konusu girdilerin (üretim etkenlerinin) sabit değil akıcı olarak ele alınması ile sağlanabilir. Sonuç olarak, Cobb-Douglas üretim işlevinin mantığı ile U masraf eğrisini uyuşturmak bizce olanaksızdır.

Burada sözü geçmişken sabit masraf üzerinde biraz durmakta da yarar vardır. Bilindiği gibi NİM'nde fiyat belirlenmesi marjinal masrafa bağlıdır. Marjinal masrafta ise sabit masrafın katkısı söz konusu değildir. Yani NİM'ne göre firmalar fiyatlarını belirlerken sabit masrafı gözönüne almazlar. Gerçek yaşamda firmaların böyle davrandıkları, sabit masrafı gözönüne almadıkları son derece kuşkuludur. Di-

(\*) Bu konular için, [5, s. 85, 86, 111; 4, s. 26; 8, s. 164-166] ya bakılabilir. Durumun CES üretim işlevinde de pek farklı olmadığı, [8, s. 167; 9, s. 7]nin incelenmesinden anlaşılabilir.

(\*\*) Bu konu için, [4, s. 26, 27]ye bakılabilir.

Burada üretim ve masraf işlevleri konusunda yapılmış ekonometrik araştırmaları değerlendiren bir "survey" yazısında [9, özellikle, s. 39, 40, 46, 51, 52] U masraf eğrisi hipotezi için kesin sonuçlara ulaşılmadığını belirtelim. Bu yazının sonunda (s. 52), bu hipotezin büyük güven ilham etmediği belirtilmekte, fakat bu güvensizliğin direkt amprik kanıtlamalara dayanmadığı söylenmekte, hipotezin açıklıkla yadsınmadığı ileri sürülmektedir.

ğer bir deyişle bu noktada da NİM'nin öngörüsü ile gerçek yaşamın verileri arasında çelişki ve çatışma vardır. (\*)

#### c.1. Masraf Üzerinde Rekabet

Tam rekabetin soyut modelinde mallarda olduğu gibi girdilerde de fiyatlar veri alındığı, her girişimci ürettiği herşeyi satabildiği için girişimcilerin masraf alanında nasıl rekabet edecekleri belli ve açık değildir. Ama daha az soyut bir yaklaşımla girişimcilerin girdi ve ara malı kullanımında, genel olarak harcamalarda israftan kaçınarak, işçileri daha verimli, daha ucuz, daha uzun süre çalıştırarak, ya da teknolojik olanakları ve yenilikleri daha iyi kullanarak masraf rekabetinde bulunabilecekleri savı ileri sürülebilir. Bu savı üç başlık altında ele alarak eleştireceğiz.

##### c.1.1. Israftan Kaçınma

Girişimcilerin israftan kaçınma yoluyla rekabete yönelecekleri görüşünün eski bir düşünce alışkanlığından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bu düşünceye göre, ancak her türlü davranışında tutumlu olan, yaşamında, harcama ve ödemelerinde gösteriştten kaçınan kişi ya da girişimciler başarıya ulaşır.

Günlük yaşamın dar çevresinde, küçük üreticiliğin egemen olduğu iktisat ortamında bu anlayışa uyan örnekler bulmak olanaklıdır. Ama bugünün iktisat yaşamına egemen olan büyük firmalar düzeyinde söz konusu anlayışın geçerliliği yoktur. Çünkü bu firmalar büyük kazanç ve kâr sağlama şeklindeki başarılarına tutumlulukları sonucunda ulaşmamaktadırlar. Firmalar bu olanakları çeşitli biçimlerde piyasaya egemen oluşlarından yararlanarak gerçekleştirmekte, büyük kazanç ve kârlar ile de israftan kaçınma yoluna değil, tamamen tersine israf sayılabilecek harcamalara yönelmektedirler. Örneğin, özellikle yönetici düzeyindeki memurlarına masraflı ve gösterişli çalışma, oturma yerleri, en son model araba ve uçaklar, lüks iş ve gezi yolculukları, harcama olanakları sağlayabilmekte, bol ve aşırı ücretler ödeyebilmektedirler. Sonuç olarak, tutumlulukla, masrafın enaz tutulması ile ilgili olmayan nedenlerle başarılı olan firmalar, tutumluluğun tamamen tersi bir davranışla aşırı sayılabilecek harcamalar yapabilmektedirler. Böylece de NİM'nin varsayar görüldüğü, firmaların tutumlu

(\*) Bu paragrafta açıklanan görüşler için, 15, s. 87; 10, s. 33, 34, 70, 388le başvurulabilir. Son kitapta [10, s. 388], sabit masrafın fiyat ve ürün kararlarına etkili olmadığı öngörüsünün öğrencilerce şaşkınlıkla karşılandığı, iş alemindeki uygulamalara ters düştüğü söylenmektedir.

oldukları, enaz masrafa ulaştıkları için başarılı oldukları görüşünün geçerliliği söz konusu olmamaktadır. (\*)

### c.1.2. İşçi Ücretleri

Verimliliği yüksek, çalışma sürelerinin tümünde çalışabilen işçiler kullanan girişimcinin masraf rekabetinde avantaj sağlayacağı savı da ileri sürülebilmektedir. Gerçekte bu savın geçerli yanları vardır. Örneğin iyi bir organizasyonla, uygun bir çalışma ortamı ile işçilerin daha çok, daha iyi, daha verimli çalıştırılabilmeleri olanaklıdır. Ama genellikle bu yollarla sağlanan avantajlar önemli düzeylere varmazlar. Çünkü işçilerin verimlilik artışı genellikle ücretler yüksek tutulduğunda sağlanabilir. Yani genellikle sorun ücretlerde, ücretlerin düzeyinde düğümленir.

Öte yandan sanayide, özellikle gelişmiş ülkelerde masraf içinde en büyük pay işçi ücretlerine aittir. Böylece, en önemli masraf kalemi ücretler olduğuna göre, girişimcilerin masraf enazlaştırma konusunda başvuracakları temel alanı işçi ücretlerinin oluşturması doğaldır.

Ama girişimcilerin bu alanda (ücretlerde) rekabete girişmeleri de kolay ve anlamlı değildir. Çünkü ücretler masraf kalemi oldukları kadar, hatta bazan ondan da önemli olarak, bir istem ögesi niteliği de taşırlar. Yani istem kısılmadan, malları satabilme olanağı kısıtlanmadan ücretleri azaltma mümkün değildir. Dolayısıyla ücretleri azaltma yönünde bir rekabetin her zaman girişimcilerin çıkarına olduğu çok kuşkuludur. Bu noktanın Keynes'gil kuramın getirdiği temel yenilik olduğu bilinmektedir.

Bugünün iktisat yaşamında girişimcilerin ücretlerin azalması yönünde rekabette bulunmadıkları şeklindeki bu savımıza iki karşı görüş (itiraz) ileri sürülebilir: İlk olarak denebilir ki, tüm girişimciler birlikte ele alındığında ücret düşüklüğü avantajlı olmasa da tek tek girişimciler ücretleri enaza indirerek kazanç sağlayabilirler. Biz bu karşı görüşe katılmıyoruz. Çünkü, bugünün yaşamına egemen öğelerden biri olan sendikaların varlığı gözönüne alındığında, tek girişimciler için ücretleri enaza indirme olanağının pek bulunmadığını düşünüyüz.

(\*) Burada iki karşıt öngörü vardır. Biri başarılı firmalarda masraf düzeyinin yüksek olacağı, diğeri düşük olacağıdır. Birinci öngörü davranışçı görüşün, ikincisi NİM anlayışının sonucudur. Bu farklı öngörüler, [11, s. 405]de denildiği gibi, gerçek yaşamın verileri ile sınanabilir ve sınama sonucunda hangi görüşün geçerli olacağı belirlenebilir.

Önemli olan ve bizim de katıldığımız karşı görüş ikincisidir. Buna göre, normal dönemlerde girişimcilerin ücretlerin enaza indirilmesi yönünde rekabetleri söz konusu olmasa da, bunalım ortamında böyle bir rekabet kaçınılmazdır. Nitekim, bir örnek olmak üzere, son yıllarda (1977-1980) Türk Ekonomisinde yaşanmakta olan bunalımda ücretleri sınırlama girişimleri gözlenmiş, 24 Ocak 1980 kararları ve sonrasında izlenen iktisat politikası ile gerçek (reel) maaş ve ücretler önemli ölçülerde düşürülmüştür. Böylece ortaya çıkan istem azalmasının iç istem yerine dış istemin konulması ile, dışarıya yönelmekle giderilmesi amaçlanmıştır. (\*)

Bütün bu açıklamalar sonucunda, özellikle gelişmiş batı ekonomileri ve bunalım dışı normal dönemler gözönüne alındığında girişimcilerin işçi harcamaları, ücretler üzerinde, masraf enazlaştırması şeklinde bir rekabet yoluna gittikleri savını yadsıyabiliriz. İkinci Cihan Savaşından 1970 lerin ortalarına, hatta bugüne (Şubat 1981) kadar batı ekonomilerinde yaşanan iktisat ortamında genellikle girişimciler ücretler üzerinde masraf enazlaştırması rekabeti yapmamaktadırlar.

#### c.1.3. Teknolojik Gelişme ve Yenilikler

Burada teknolojik gelişmenin iki farklı türünü ayırarak incelememize başlayabiliriz. Birinci anlayışa göre teknolojik gelişme içerilmemiş (kişileşmemiş) türdendir. Yani bu tür teknolojik gelişmede işin, çalışma ortamının daha iyi düzenlenmesi, daha iyi organizasyonu, işbölümünden, kişisel yeteneklerden daha iyi yararlanılması ile bir gelişme, ürün ve verimlilik artışı sağlanmaktadır.

Firmaların bu tür teknolojik gelişme konusunda aralarında rekabete giriştikleri görüşünü doğru buluyoruz. Bu anlamda daha iyi dü-

(\*) Burada biraz konudan ayrılmak anlamına da gelse, Türk Ekonomisinde 1980 yılında izlenen iktisat politikası üzerinde kısaca durmak istiyoruz.

Ocak 1980 kararlarında dışarıya çok büyük bir önem tanınmış olmasına karşın 1980 yılında dışarıya miktar olarak bir artış olmamıştır. Dışarıya mallarının dolar cinsinden fiyatlarının yükselmesi sonucu olarak gerçekleşen dışarıya üretim açısından bakıldığında yalnızca görünürde bir artış olarak kalmıştır. Dışarıya bu yetersizlik, iç istemdeki anılan gerileme birçok alanda, özellikle dayanıklı tüketim malları sanayiinde durğunluğun ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Öte yandan son aylarda kabul edilen vergi yasalarıyla yüksek ücretlilerin gelirlerinde, düşük ücretlilere oranla daha büyük bir artış sağlandığı bilinmektedir. Bu yolla özellikle dayanıklı tüketim mallarının iç isteminin korunması istendiği anlaşılmaktadır. Bu politikayla orta sınıfın ayakta tutulması amaçlanmakta, gelir ve istem kısıtlamasının daha çok düşük ücretliler için söz konusu olması sağlanmaktadır.



zenlemeyi başaran bir firmanın avantajlı, daha üstün bir duruma geçmesini doğal karşılıyor, gerçek yaşamda bu durumun örneklerine rastlanabileceğini kabul ediyoruz. Ama bugünün yaşamında bu tür teknolojik gelişmeyi (özellikle belirli bir ülkenin firmaları arasında farklılık yaratma yönünden) önemli bulmuyoruz.

Gerçek yaşamda önemli teknolojik gelişmenin ikinci türden, içermiş (kişileşmiş, somutlaşmış) biçimde olduğunu düşünüyoruz. Yani bugünün firmalarında teknolojik gelişmenin büyük ölçüde farklı mal, farklı kalitede mal, yeni mal üretmek, sermayede, makinelerde kişileşmiş yenilikler oluşturmak şeklinde gerçekleştirildiği kanısını taşıyoruz. Öte yandan bu tür teknolojik gelişmelerin, çoğunlukla, büyük ölçülerde araştırma ve geliştirme harcamalarını gerektirdiğini biliyoruz.

Durum böyle olduğuna göre, firmalar içermiş teknolojik gelişme konusunda masraf rekabetine, enaz masrafa yönelirler dendiğinde kast edilen nedir? Tam rekabet anlayışında teknolojik gelişmeden sağlanacak sonuç (örneğin yeni bir malın bulunuşu) bütün girişimcilere açık olacağına göre, bu durumda bir firma için enaz masraflı yol araştırma ve geliştirme harcamalarının yapılmaması olmayacak mıdır? Böylece teknolojik gelişme konusunda masraf enazlaştırılması rekabeti bizzat teknolojik gelişmeyi ortadan kaldırmıyacak mıdır?

Bu sorular değerlendirildiğinde, NİM'nin (özellikle tam rekabet anlayışına dayandırılacak) teknolojik gelişme alanında masraf rekabeti yaklaşımının çok anlamsız durumlar yaratacağı sonucuna varmak kaçınılmazdır. Zaten firmaların gerçek iktisat yaşamında içermiş teknolojik gelişme konusundaki davranışları masraf enazlaştırılmasına ters bir eğilim göstermektedir.

Bilindiği gibi bu konuda gerçek yaşamdaki durum şöyledir: Özellikle büyük firmalar geniş ölçüde araştırma ve geliştirme harcamaları yapmaktadırlar. Bunların yanında, bir ya da birkaç yenilik bulucusunun (mucitlerin) önemli katkılarıyla küçük firmalar da teknolojik yenilik ileriye sürebilmektedirler.

Kanımızca küçük firmaların bu başarıyı gösterebilmelerinin iki temel nedeni vardır: İlk neden, bir mala, bir alana büyük sermaye bağlamış olan büyük firmaların, bu yatırımlarını kârsız hale düşürecek yeniliklere karşı direnmekte, bunları üstlenmeye her zaman istekli bulunmamakta olmalarıdır. İkinci neden, patent hakları gibi birtakım düzenlemelerle, teknolojik yeniliklerin sonuçlarından (bir süre için) yalnızca bu yeniliği ileri sürenlerin yararlanmasına olanak tanınmasıdır.

Böylece içerilmiş teknolojik gelişme için elverişli ortam tam rekabet koşulları değil, tam ya da aksak teknelci piyasa olmaktadır. Teknolojik yenilikler böyle bir teknelci piyasada ileri sürülmektedir. Bu tür teknolojik gelişmelerde masraf enazlaştırılması şeklinde bir rekabet söz konusu olmamaktadır. Teknolojik gelişme için gerekli masraf yapılmakta, bu masraf düzeyi veri olarak alınmakta, elde olunan farklı ve yeni malların fiyatlarının belirlenmesi yoluyla ençok kâra ulaşılmaktadır.

Masraf üzerinde rekabet başlığı altında vermiş olduğumuz açıklamalarımızın sonuçlarını şöylece özetleyebiliriz : Kanımızca son 35 yılda (1946-1980) girişimciler masrafları enazlaştırarak kârlarını ençoklaştırma yoluna gitmemektedirler. Girişimciler masrafı veri almakta, bu belirli masraf üzerinde kâr ençoklaştırmasına çalışmaktadırlar. Bu davranışlarında girişimciler mallarını, mallarının görünürdeki ya da gerçekteki kalitelerini, malların fiyatlarını kontrol etmekte, bunlarla oynararak (bunları manipule ederek) ençok kâra ulaşmaktadırlar. (\*) Böyle olduğuna göre, NİM'nin üçüncü öngörüsü olarak aldığımız "girişimcilerin masraf üzerinde rekabete, enaz masraflı üretim elde etme yarışına girmeleri" görüşü de gerçek iktisat yaşamına uymamakta, ona ters düşmektedir.

Bu sonuca ulaşıktan sonra iki noktaya kısaca değinerek açıklamalarımızı tamamlayalım : Son 35 yılda girişimcilerin masraflarını enazlaştırma yoluna gitmedikleri şeklindeki görüşümüz önemli bunalım dönemlerinde geçerli olmayabilir. Ekonomi yoğun bir bunalıma girdiğinde, gelir düzeyi önemli ölçüde azaldığında girişimciler ile ücretli ve maaşlılar arasındaki gelir çatışması çok keskin bir nitelik kazanır. Bu çatışma ortamında girişimciler ücretleri kısma, genel olarak masrafları enazlaştırma yoluna gidebilirler.

Değineceğimiz ikinci nokta, "girişimcilerin kârı ençoklaştırmaya çalışmaları" şeklinde verdiğimiz ifade ile ilgilidir. Kârın ençoklaştırılması görüşü NİM'nin bir öngörüsü olarak alınabilir. Oysa bu görüş ve genel olarak NİM'nin firma anlayışı son yıllarda eleştirilmiş, onun yerine farklı modeller geliştirilmiştir. Özet biçimde belirtirsek, bu yeni modellerde NİM'in rasyonalite anlayışı çok dar ve katı bulunmakta, onun yerine doyuruculuk (satisficing) ilkesi önerilmekte, girişimci yanında yöneticiye de önem verilmekte, firmaların çeşitli kesim (department) ve öğelerin (ajanların) oluşturdukları bir koalisyon olarak ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu modellerde firmaların kâr

(\*) Bu nitelikteki görüşümüzü [12, s. 98]de de açıklamıştık.

yerine ya da kâra ek olarak satış, büyüme ençoklaştırması yoluna gittikleri, piyasada sahip oldukları payı korumayı amaçladıkları ileri sürülmektedir. (\*)

Biz yukarıdaki paragrafta "girişimciler kârı ençoklaştırmaya çalışırlar" dediğimizde firma kuramı konusunda çeşitli modeller arasındaki tartışmalarda NİM'nin görüşünü benimsiyor değiliz. Yalnızca burada çok yönü ve boyutu olan bu tartışmalara girmek istemiyor, ileri ki çalışmalarımızda bu konuyu ele alabilmeyi umuyoruz.

##### 5. SONUÇ

Bu yazımızda önce neoklasik modelin firma konusunda üç önemli öngörüsü olduğunu belirtiyoruz. Bunlar, firma sayısının çok, firmaların önemsiz olması; girişimcilerin bol, kârların az olması (kârların yok olmaya yönelmesi); girişimcilerin kendi aralarında enaz masrafa ulaşma yarışması (rekabeti) yapmalarıdır. Sonra bu üç öngörüü teker teker değerlendiriyor ve bunların hiçbirinin gerçek yaşamı açıklamada başarılı olmadığını ortaya koyuyoruz. Sonuç olarak ta neoklasik iktisat modelinin firma kavramının gerçek yaşama uymadığını, ona ters düştüğünü gösteriyoruz.

Şubat 1981

---

(\*) Bu modeller için, [10, Chapter 15; 11, Chapter 17, 18; 13]den bilgi edinilebilir.

## K A Y N A K Ç A

- [ 1 ] BULUTAY, T.: Genel Denge Kuramı, Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1979.
- [ 2 ] ARROW, K.J. : The Firm in General Equilibrium Theory, R. Marris, A. Wood (Ed.), *The Corporate Economy, Growth, Competition and Innovative Power*, Macmillan 1971, içinde, s. 68-110.
- [ 3 ] ARROW, K.J. HAHN, F.H.: *General Competitive Analysis*, Holden-Day Inc., San Fransisco, 1971.
- [ 4 ] VARIAN, H.R.: *Microeconomic Analysis*, W.W. Norton and Company, 1978.
- [ 5 ] HENDERSON, J.M., QUANDT, R.E.: *Micro-Economic Theory, A Mathematical Approach*, Third Ed., McGraw-Hill, 1980.
- [ 6 ] ALCHIAN, A.A., DEMSETZ, H.: Production, Information costs, And Economic Organization, *American Economic Review*, December 1972, s. 777-795.
- [ 7 ] MARRIS, R., MUELLER, D.C.: The Corporation, Competition, and the Invisible Hand, *Journal of Economic Literature*, March 1980, s. 32-63.
- [ 8 ] FERGUSON, C.E.: *The Neoclassical Theory of Production and Distribution*, Cambridge at the University Press, 1969.
- [ 9 ] WALTERS, A.A.: Production and Cost Functions: an Econometric Survey, *Econometrica*, January-April, 1963, s. 1-66.
- [ 10 ] BAUMOL, W.J.: *Economic Theory and Operations Analysis*, fourth Ed., Prentice-Hall, 1977.
- [ 11 ] COHEN, K.J., CYERT, R.M.: *Theory of the Firm, Resource Allocation in a Market Economy*, Second Ed., Prentice-Hall, 1975.
- [ 12 ] BULUTAY, T.: İktisadi Büyüme Modelleri Üzerine Açıklamalar ve Eleştiriler, Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1972.
- [ 13 ] SIMON, H.A.: Rational Decision Making in Business Organizations, *The American Economic Review*, September 1979, s. 493-513.