

PIYASA KAVRAMINA YENİ BİR BAKIŞ

Prof.Dr.Zekai ÖZDEMİR Arş.Gör.Nuri TOPRAK Arş.Gör.Aslı OKAY

Giriş

Piyasa, sadece bir fikir, bir kavram veya bir iktisadi proje değil, aynı zamanda önemli bir tarihsel-toplumsal-siyasal gerçekliğin ismidir. Piyasa, sadece bireyi ve bireyin hayatını anlamlandırmakla kalmayıp, tarihsel, politik ve toplumsal çekişmeleri de içerisinde taşır. Piyasanın gelişimi, tarihsel-toplumsal ve siyasal gelişimi ifade ederken toplumsal gelişmişlikte, piyasa gelişmişliğinden başka bir anlam taşımaz hatta taşımamalıdır.

İktisadi düşüncenin, faal (aktif davranışın) merkezini oluşturan piyasa kavramının, ekonomist entelektüellerin tasniflerinin de ötesinde bir anlamı vardır. Bu hali, kavramı gizemli bir kavram yapmakta ve kavramın anlamının da onun gizemli mantığında aranmasını mecbur kılmaktadır. Hani, Şair Karl Shopiro'nun der ya, "insan bir kelimeye parmak basabilir, fakat ondaki esrarı çözemez" piyasa kavramı tanımakta bunun gibi bir şey olsa gerek. Bu bağlamda insanların kavramlara parmak basmaları kolay fakat esrarını çözerek anlamlandırmaları zordur. Durum böyle olunca, piyasa kavramı içinde ekonomistler tarafından sadece "anlamlandırmak için parmak basmışlardır" denilebilir. Bu noktadan hareketle, piyasa, ekonominin bir "sırr-ı ekber"i olmaktadır. Tabii ki piyasa kavramını bu kadar da "pinhan" yapmamak gerekirse de, iktisadi hayata, "görünmez bir elin" hâkim olduğu teorisi, söz konusu kavramın bu şekilde yorumlanmasını doğurmakta ve onun gizemliliğini doğrulamaktadır.

Moda dönemlerinde bazı elbiseler, renkler ve "kavramlar" ön plana çıkmasına rağmen, piyasa kavramı, tarihin her döneminde yüksekliğini artırarak layık olduğu yeri bulmaya çalışmış ve çalışmaktadır. Özellikle 1980'li yıllardan sonra saygınlığı ve iktidarını güçlendiren "piyasa" kavramı, bu gün, sosyal, ekonomik ve siyasi hayatta "taçlandırılarak ve taçlanarak" tahtına oturmuştur. Bu bağlamda piyasa, insanlığın altın tacıdır denilebilir. Tek kelimeyle, piyasa, insan ve insanlığın yarattığı öncesi ve sonrası olmayan benzeri bulunmayan, eşsiz ve emsalsiz bir "mucize"dir. Bu mucize kavram, medeniyetin yalnızca yaratıcısı değil, aynı zamanda çağa nesilden nesile onun taşıyıcısıdır.

Tarihin önemli bir kısmında piyasalar, ekonomik yaşamda marjinal bir görev üstlenmişlerdir. Fakat kısıtlayıcı bağlardan kurtulmuş piyasanın ekonomik yaşamın tek (yegâne ve yeterli) kurumsal çerçevesi haline gelmesi de yeni bir olgu değildir. Totaliter rejimlerinde, piyasanın değil de, bağımsız sivil toplum örgütlerinin olmamasından doğduğu bilinmektedir. Bu tür toplumlar, siyasi, ekonomik ve piyasa hayatından bireyleri yalıtmış olmasının bir sonucu olarak tarih sayfalarında yer almışlardır. Piyasayı savunanlar, bir yanda piyasayı, "devlet sosyalizmi" saldırılarına, diğer yandan da sendikalar, meslek birlikleri gibi v.s. örgütlemelere karşı korumak için iki cephede savaşmışlardır.

A New Look to the Market Concept

The market is not just an idea, a concept nor an economic project but at the same time the name of an important historical-social-political reality. Beyond just making sense of the individual and the individual's life, the market includes historical, political and social conflicts in itself. When the market development express the historical-social and political development, at the same time, the social development does not and even should not mean anything but the market development.

Economic thinking, which is the market concept that constitutes the core of active behaviour, has a meaning beyond the classifications of the economist intellectuals. This situation makes concept mystic and pinning down the search of concept's meaning and its mystic logic. As poet Karl Shapiro says "insan bir kelimeye parmak basabilir, fakat ondaki esrarı çözemez", cognizing the market concept has to be something like that. In this context, it is easier for people to pointing out the concepts rather than explaining it by solving its mystery. Therefore, it is possible to say that the market concept was "pointed out just for explaining" by the economists. In this way, the market is becoming the "magnum secretum-big secret" of the economy. Of course, it has to be avoided from making economy so "mysterious", however, the theory of "invisible hand" causes such kind of comments and confirms the mystic form of it.

Despite the standing outs of some clothes, colours and "concepts" in their trendy periods, the market concept works and still working to find its place deserved by increasing altitudes in every period of history. Strengthening its own reputation and might after 1980s, today, the market concept is sitting on the throne of economic and political life with crown and by being crowned. In this context, it is possible to say that the market is the golden crown of the humanity. With one word, the market is a primordial, eternal and unique "miracle". This miraculous concept is not only the creator of the civilization, but also the conveyor of it from generation to generation to the age.

In an important part of the history, the markets served a marginal duty in the economic life. Nevertheless it is not a new fact for the market, which is freed from the restrictive bounds, to be a single (unique and sufficient) institutional framework of the economic life. It is known that, totalitarian regimes does not arise because of the lack of market but the NGO. These kind of societies took place in history books as a consequence of the isolation of individuals from political, economic and market life. Proponents of the market defends it in two fronts, both against the attacks of "state socialism" and the organizations such as labour unions, professional societies, i.e., on the other side

Piyasa Kavramı

Piyasa ve Piyasa Kavramı* Bireyin mikro dinamikleri ile ekonominin makro dinamiklerini birleştiren süreç piyasa süreci veya politik iktisat kendisidir.

Piyasaların, modern çoğulculukla uyuşabilen ve onun ihtiyaç duyduğu kurumsal bir çerçevesi de vardır. Piyasalar alışverişleri aracılığıyla aktörlerin ulaşabilecekleri amaçların gerçekleşmesine katkıda bulunurlar. Böyle bir işbirliğinin bu amaçlar konusunda akılcı diyalog ya da konuşma olmaksızın da gerçekleşebileceği de oldukça güçtür. Buna bağlı olarak, piyasa, çoğulcu bir toplumda, sırf değerlerle ilgili anlaşmazlıkların sadece akılcı yolla çözme olasılığı olmadığı için gerekli ve önemli bir kurum haline gelmiştir.

Piyasa denilince toplumsal bir örgütlenme tasarısı ilk anda akla gelmelidir. Çünkü günümüzde karşılaşılan işsizlik, büyümenin yavaşlaması, mali krizler, emekli aylıklarının finansman kaynağı, güven v.d. gibi, toplumun ortak ve iradeci etkinliği kısaca “toplumsallığı” piyasa güçlerinin özgürlüğüne bağlıdır.

Piyasa, yüksek iktisadi büyümeye ve kapsamlı iktisadi ilerlemeye katkıda bulunan çağdaş iktisadi bir kurumdur. Bir başka ifade ile, piyasa, çağdaş tarihin, en büyük bir mucizesidir. Bu anlamda piyasayı A.Smith’in türevsel bir terim olan “görünmez el’le anlamak asıl fonksiyonu görmemek demektir.

Piyasalar ekonomiyi inşa ederler. Piyasalar ne kadar “görünmez el’le kurulmuş olursa olsun, insanın salt geçmişini değil, geleceğini etkileyen bir dâhiyane eserdir. Bu nedenle piyasa kavramı, bir terim değil, aynı zamanda bireyin aksiyonudur. Piyasa, dünya medeniyetinde her muammayı çözen, yekpare, insicamlı, şeffaf ve mobil bir dünya görüşü veya aktörlerin ortak şuurudur.

Piyasa varlığının şahidi, rasyonel aktörlerdir. Piyasa aktörlerin hasiyetini yücelten, adaleti gerçekleştiren büyük bir medeniyettir. Bu haliyle dağınmık gibi dursalar dahi aslında piyasalar makro ekonominin içerisinde yekparedirler.

Piyasa tüccarları bir sınıf olarak kayırma durumunda olmayan gayri şahsi bir sistemdir . Piyasa, ekonominin özündedir ve bütün iktisadi eylemlerin ilk hareket ettiricisidir. Ayrıca piyasa, her iktisadi malın fiyatının oluşmasına yöneltir veya yönlendirir. Piyasanın bilgi stok’u her aktöre eşit dağıtmak için etkin bir rekabet ve reklâmın olması gerekir. Buda oldukça zordur. Fiyat, piyasa bilgisinin en etkin aracıdır. Değer ve fiyatla ilgili marjinalistlerin yaklaşımı en gerçekçi yaklaşımdır, bireyin eşyaya verdiği değer onun fiyatıdır. Değerin bireyden bireye farklı olması kadar da normal bir şey yoktur. Dolayısıyla değere subjektiflik kazandıran marjinalitsler haklılar. Değişmeyen bir değer arayan Marx’a gelince ; emek-değer teorisini bilimsel sosyalizminden temeli kabul etmiştir. Marx’ın fiyatı, piyasa bilgisinde araç olduğunu görüp görmediği açık değildir. Fiyatı bir bilgi olarak gördüğünü düşünüyorum. Bu nedenle değeri objektifleştirmiştir. Bilindiği gibi bilimsel bilim, değişenlerin değişmediği bir anda elde edilen bilgidir. Marx’ın değişmez değeri de böyle bir değer olarak gördüğü için onu bilimsel sosyalizmin temeli olarak kabul eder. Halbuki değere subjektif bakanlar, değer

aktörlere göre mutlak değişeceğini görmüşlerdir. Dolayısıyla değer, bir bilimsel bilgi değildir sadece eşyanın niteliğine verilen önemdir.

Fiyat mekanizmasının bir kurumu olarak piyasalar;

Piyasa tarihsel toplumun keşfettiği en önemli kurumsal bir icattır. Bu kurum diğer bütün sosyal ve siyasal kurumların en büyüğüdür. Özgürlüklerin özgürleştiği bir kurum olması dolayısıyla her hangi bir sınırı veya sınırlaması da yoktur. Piyasa kurumunun sınırlarının olmaması onu din, aile ve hukuk kurumlarından ayırır ve farklılaştırır. Bilindiği gibi, din kurumu, “gönülle” aile, “dört duvarla”, hukuk, “mahkeme salonu” ile sınırlı iken, piyasa her yerdedir. Hatta piyasa, bu kurumları dahi içerisine alacak kadar geniş ve büyük bir kurumdur denilebilir.

Piyasa, evrenin kendisidir. Piyasalar arzın (dünyanın) iğinden geğen ve arzı da iğine alan mekânlardır. Piyasa, sadece uzmanları ilgilendiren teknik bir terim gibi dursa da mana ve mahiyeti itibarıyla genişliği ve derinliği olan “mazmun” bir kavramdır.

Günlük hayatın bir parçası veya hayatın gerçeği olan piyasa kavramı çoğu kez, aynı zamanda “piyasa ekonomisi” adıyla bilinen oldukça geniş mübadele* biçimi veya sistemini de temsil eder. Bilindiği gibi, mübadele insanın olduğu her yer ve zamanda olmuştur. Bu nedenle piyasa insanlık tarihi kadar eski bir kavramdır. Sade bir ifade ile, nerede insanlar ve mallar varsa (fikirler dahil) orada piyasa var demektir. Kelime, sadece mübadele kelimesiyle değil, dolaşım, bölüşüm gibi ekonomik unsurları da iğerinde barındıran kelimelerle de eş değerdedir. Yani piyasa, kendini aşan bütün mübadele çeşitlerini, ticaretin bütün türlerini ve alışveriş alanlarının bütün kategorilerini içerisine alır.

Piyasada bireyler arasındaki malların mübadelesine gönüllü olmayı sağlayan şey, o mal ve hizmetlere olan bireylerin ihtiyağlarının farklılığı nedeniyle, tarafların onlara atfettikleri değerlerin birbirinden farklılaşmasının piyasalar tarafından geręekleřtirilmiř olmasıdır. Dolayısıyla piyasalar, ancak, istekleri, beklentileri ve değer takdir kriterlerini, birbirinden farklı olan kişilerin, aynı mal ve hizmetleri birbirine göreceli farklı değerler atfetmeleri durumunda geręekleřir. Bu nedenle piyasalar, tek tipin değil, farklı ve çoğulcu isteklerin bulunduğu yerde oluşur .

Piyasa, bireyler tarafından, arzularının etkili biçimde tatmininin bir mekanizması kendiliğinden gelişen bir sosyal organizasyondur. Piyasalar, eşya ve hizmetlerin nispi fiyatlarına bağlı olarak mübadele ilişkisini sağlayan tek biçimli kurumlar değildirler. Bu bağlamda, nerede kaynak sınırlıysa ve insanlar hukuk ve ahlak ilkelerinin izni ile bu kaynaklara sahip olmak için rekabet ediyorsa, orada piyasa oluşmuş demektir. Bu tanımda piyasayı yine kaynakların tahsisini organize eden tek biçimli bir tanım gibi durmaktadır. Sade bir ifade ile, nerede insanlar ve mallar varsa (fikirler dahil) orada piyasa var demektir.

Piyasa, içerisinde çeşitli olguların devamlı değiştiği bir yerdir. Fiyat mekanizması da bu değişmeler hakkında iktisadi ajanlara sürekli bilgi toplayan ve yayan arağtır . Piyasalarda

ki var olan değişime konu olan şeyler, sadece fiziki mallar olmayıp aynı zamanda, becerilerin, bilgi, enformasyon ve bunlara benzer çok çeşitli konularında mübadele edildiği düşünölmelidir. Bu kısa yorumlardan; piyasa ile malların düzenli olarak üretildiği, dağıtıldığı ve para ve mallar üzerindeki mülkiyet haklarının aktörler arasında transfer edildiği sözleşmeye dayalı değiş tokuş biçimlerine tabi olan toplumsal ve kurumsal düzenlemeler•• akla gelmelidir.

Piyasalar, insanın, eşya ile içten kaynaştığı ve fiyat ritminin yaratıldığı kurumlardır. Kurumun değişmez ve sabitleşen görevinin dayanağı, fiyatlar ve aktörler arasındaki ilişkidir. Bu ilişki de, piyasanın, fiyatları aktörlere iletebilme gücüne bağlıdır. Sonuç olarak, piyasa, aktörlerin zihinsel dinginliğini temin etme hususunda önemli bir fonksiyonu üstlenen mal ve hizmet fiyatlarını görünür kılan ve fiyatlara dair bilgiyi aktaran bir kurumdur. Aktörler, bu kurumda kararlarını, piyasa hilkatinin bütün ahenginin tesadüfleş(me)mesi sonucunda alırlar.

Piyasalar içerisinde sadece mal ve para taşımazlar aynı zamanda hem nesnelere hem de aktörlerin ruhî arzularına uygun zihinlerini taşır ve onu yükseltirler. Piyasa, bireyler tarafından, arzularının etkili biçimde tatmininin bir mekanizmasını olarak kendiliğinden gelişen bir sosyal organizasyondur.

Piyasalar, eşya ve hizmetlerin nispi fiyatlarına bağlı olarak mübadele ilişkisini sağlayan tek biçimli kurumlar değildirler. Bu bağlamda, nerede kaynak sınırlıysa ve insanlar hukuk ve ahlak ilkelerinin izni ile bu kaynaklara sahip olmak için rekabet ediyorsa, orada piyasa oluşmuş demektir. Bu tanımda piyasaı yine kaynakların tahsisini organize eden tek biçimli bir tanım gibi durmakta veya piyasaya üretim faktörleri penceresinden bakılınca; kaynakları tahsis eden değil, kaynak tahsisini işler hale getiren kurum olarak görülür.

Piyasa fiyatı, aktörlerce veya diğerlerince ölçölen değerdir. Fiyat halis, doğru ve hakiki bir piyasa ölçütüdür. Bu aynı zamanda aktörün, nesnel değer yargısıdır. Adalet veya adil bölüşümde burada başlar ve burada biter. Ekonomik anlamda piyasa aktörlerinin anlaşma sağladığı fiyatta adil fiyattır. Denge fiyatı, üretici ve tüketicilerin birleşik arzularının sonucunda oluşur. İktisadi eşyanın mutlak değeri ile piyasa fiyatı arasında soyut bir içkinlik mevcuttur.

Piyasaı ekonomiden ayırmak ne kadar gerçekçi veya doğrudur ayrıca tartışılır. Ancak, piyasanın, ekonominin içten ve dıştan “iktisadi tevhide” olduğu gerçeğini de, unutmamak gerekir. Piyasa, ekonominin, ekonomi ise piyasa hakikatinin ruhudur. Piyasa hayatının ruhu olan fiyatın dayanağını ise birey ve birimlerin davranışında bulunur. Piyasa çerçevesinde fiyat, birey ve birimlerin davranışına bağımlı olarak gerçekleşir. Piyasaı temellendiren ölçü, birey ve birimlerin davranışına dayanır. Piyasa, ekonominin özündedir ve bütün iktisadi eylemlerin ilk hareket ettiricisidir. Ayrıca piyasa, her iktisadi malın fiyatının oluşmasına yöneltir veya yönlendirir. Sonuç olarak; Piyasada tek fiyat bulunması olgusunu Fransız edebiyatçı GertrudaStein’in sözleriyle,” bir gül bir güldür, bir gül bir güldür” şeklinde özetlemek de mümkündür.

Özgürlük mekanizmasının bir kurumu olarak piyasalar;

Piyasa cemaat ve kültürün zincirlerle bağladığı aktörlerin, kimliklerini özgürleştirir. Piyasanın bir özgürlük sahası olmasının geniş anlamı, kendi hayatlarını biçimlendiren özgür ve bağımsız aktörler arasında gönüllü, zoraki olmayan sözleşmeler alanı olmasıdır .Bu yapılarıyla piyasalar, sadece özerk ve özgür karakterin potansiyelinin uygulama alanı değil aynı zamanda, bu karakterin gelişmesine ve zenginleşmesine yardımcı olurlar. Bu bir anlamda aktörlerin piyasada kendilerine ait kimliğini tanımlayan davranış, tercih ve kararlara sahip olması demektir. Dolayısıyla, başkalarının iradesiyle kişisel proje oluşturan aktörler, piyasaya gelmeden önce bireyselleşmemiş bireyler olarak tanımlanmalıdır

Piyasa, özgür ruhların (aktörlerin) iktisadi davranış alanıdır. Piyasa modeli, bireylerin kararlarının oluşumunu özgürlük merkezli olarak tasarlayan modeldir . Bu alan da özgürlük için savaşan bireyler değil, rekabet için özgürce toplanan bireyler vardır. Rekabet, tüketicileri bir veya birkaç iktisadi birimin kölesi olmaktan kurtaran ve onlara geniş bir tercih yelpazesi sağlayan bir mekanizma olup, malları ve hizmetleri gittikçe daha kaliteli şekilde ve daha ucuz elde edilmesini sağlar. Bir başka deyişle, rekabet, tüketicilerin, üreticiler ve satıcılar tarafından istismar edilmemesini sağlar .Piyasa vadisinde veya ovasında, sadelik ve azamet, aynı ahenk içerisinde bulunurlar. Aslında piyasa rekabeti, hem bu ahengin kendisi hem de yaratıcısıdır. Rekabet, piyasanın dinamik gücüdür . Yani, satışa konu olan mal çok ve satıcı sayısı da oldukça fazla ise, alıcılara mallarını satmak için satıcılar birbirini ile rekabet edeceklerdir. Rekabet, piyasaya yenilik getiren ve alıcının piyasada özgürlük alanını genişleten bir olgudur. Satıcılar birbiri ile rekabet etmek için mal seçeneğinin artırılması, alıcı cephesinde alıcıların hareket alanını genişletecektir. Ayrıca, rekabet maliyet düşürücü bir etkide yaparak, üretim tekniğini de gelişmesini sağlayacaktır. Bu nedenle piyasanın yelpazesi rekabet, endazesi fiyattır.Bu yönüyle de piyasalar, belirli bir mal ve hizmetler el değiştirilirken bir değer takdir etme kurumunun ilkelerinin oluştuğu sosyal rekabetin bir mekanizma olarak kabul edilir.

Etik kavramı çerçevesinde piyasalar;

Piyasalar “insan-insan” ilişkisini, insan-mal” ilişkisine dönüştürürler. İnsan-insan ilişkisinde araya “malın” girmesi piyasa ahlâkını beraberinde getirmiş fakat bu süreçte, yüz yüze ilişkideki güven ve sosyal denetim zayıflamaya başlamıştır.(Bu husus bir başlık altında ayrıca incelenmeye çalışılacaktır.) Fakat yeri geldiği için kısaca açıklanırsa; Tam piyasa ekonomilerinde, ekonomik kararlar doğrudan “etik” kaygılarla sınırlandırılmadığı için ekonomiler etik olarak savunulamaz. Piyasa ekonomilerini savunan argümanların çoğu bu genel kaygıya karşı bir yanıt olarak ifade edilebilir.

Piyasa ekonomilerinin liberal gerekçelerinden biride, Aristo’cu itirazı tersine çeviren bir argümandır. Kararlar ve sonuçların hiçbir etik amaçla belirlenmemesi piyasa ekonomilerinin bir erdemidir. Belirli bir “iyilik” anlayışıyla “iyi” yi geliştirmek kamusal, ekonomik ve siyasal kurumların işi değildir. Çoğulcu toplumlarda en iyi kurumsal

düzenlemenin, farklı iyilik anlayışlarında tarafsız kalan olduğu savı da ileri sürülürse “iyi” kavramı tam olarak ekonomik anlamda bir yere oturtulamaz. Buna rağmen piyasa, liberal tarafsızlık ilkesini gerçekleştirmeyi başaran bir kurumsal düzenlemeyi sunan organizasyon şekline bürünür. Bir bireyin ürettiği maldan elde ettiği piyasa değeri aynı zamanda o bireyin katkısının değeridir. Bu anlamda piyasa mekanizması gerçek piyasa adaletini geliştiren yegâne sistem gibi durmaktadır. Bilindiği gibi, piyasa değeri bireyin kendisi tarafından değil piyasa aktörleri tarafından belirlenir.

Bir mutabakat mekanizması olarak piyasalar;

Piyasa, birey, hükümet ve devlet üçlüsünün bir “mutabakat” politikası oluşturur. Piyasa hem devleti mutlak güçten olabildiğince uzak tutmakta hem de gücü sınırlamakla neredeyse eş anlamlıdır. Piyasa çeşitli enstrümanları vasıtasıyla devleti hem vatandaşlarına karşı sınırlamakta hem de ülkelerin ilişkilerini geliştirip menfaatlerini iç içe geçirerek barışı teşvik etmektedir.

Piyasa denilince toplumsal bir örgütlenme tasarısı ilk anda akla gelmelidir. Günümüzde karşılaşılan işsizlik, büyümenin yavaşlaması, mali krizler, emekli aylıklarının finansman kaynağı, güven v.d. gibi, toplumun ortak ve iradeci etkinliği kısaca “toplumsallığı” piyasa güçlerinin özgürlüğüne bağlıdır.

Üretimi örgütleyen bir kurum olarak piyasa, insanlara tüketme imkânı yaratmak için üretime katılma motivasyonu verir. Piyasa koşullarında bireyler, üretime katıldıkları süreç ve oranda, yeni bir mal ve hizmeti tüketme imkânını elde ederler. Bu anlamda bireyler, daha fazla mal tüketmek için, üretime daha çok katılmayı arzu ederler. Bu süreçte para, bu beklentilerin oluşması ve gerçekleşmesinde önemli bir işlevi yerine getirir .Bilindiği gibi para ekonomisi de, bu sürecin üretime katılarak tüketme sürecinin sonucudur.

Piyasa, özgür ruhların (aktörlerin) iktisadi davranış alanıdır. Piyasa, bireylerin kararlarının oluşumunu özgürlük merkezli olarak tasarlayan modeldir . Bu alan da özgürlük için savaşılan bireyler değil, rekabet için özgürce toplanan bireyler vardır. Çünkü Rekabet, tüketicileri bir veya birkaç iktisadi birimin kölesi olmaktan kurtaran ve onlara geniş bir tercih yelpazesi sağlayan bir mekanizması yönüyle piyasa belirli bir mal ve hizmetler el değiştirirken bir değer takdir etme kurumunun ilkelerinin olduğu sosyal bir mekanizma olarak kabul edilir. Piyasalar, toplumsal kurumlar veya birbiriyle ilişkisi olan “rol” kümesidir. Bu husus şöyle örneklendirilebilir, veya piyasalar, toplumsal kurumlar veya birbiriyle ilişkisi olan “rol” kümeleridir. Roller mekanizmasının bir kurumu olarak piyasalar;Piyasa, aktörlerin hayatının lüksü değil, çekirdeği ve dayanağıdır. Aktörler, soyut iktisat teorileri ile değil bu teoriler etrafında zaman içinde oluşmuş hayat şekilleriyle yaşarlar. Piyasada yaşama bağlı olarak onun gibi sürekli değişiyor. Eski kalıpların sürekli akışı içerisinde olan yaşam ve kurumları, bütün üretim ve tüketim değerleriyle değişiyor. Bu değişimin piyasada ki değişime de etki etmesi kaçınılmazdır. Yani, Ahmet ve Ayşe’lerin çıkarlarında ki değişim onların alışverişlerini de değiştiriyor. Bu değişim yapısıyla piyasalarda yaşayan insan ya da toplum gibi değişiyor.

Çağımız piyasaları bireyler fark etmemiş olsalar dahi aktörleri ekonomik ve ruhsal bunalımlarına (tatmin) karşı uyandırmakta ve onları bilinçlendirmektedir.

Aktörler burada esaslarını kayıp etmedikleri sürece bir başka ifadeyle “kendilerinde”, oldukları sürece, ortak ve sağlıklı bir ömürle, istikrarlı ekonomiyi birleştirirler. Bu anlamda aktörlerin kendileri de dikkatli oldukları ölçüde özel ve “ekonomik” olurlar. Bu çerçevede piyasaların tekrar tanımlanması gerekirse denilir ki; aktörlere kendi sosyal ve psikolojik değerlerinin peşinden gitmelerine izin veren kurumlardır.

Bu husus şöyle örneklendirilebilir; Bir fabrikayı gözlemleyelim; önce, binalar, montaj hattı, hammadde ve ürünler, yapı ortamının bir parçası, sonra fabrikada çalışan Ahmet, Mehmet, Ayşe ve Fatma toplumsal ortamın insani merkezli bir parçaları olduğu görülür. Toplam bir kurum olarak fabrika, rolleri ve roller arasındaki ilişkinin bütünü olur. Bu yönüyle fabrika, montaj hattı işçisinin, bakım onarım işçisinin ve ustabaşının hem birbiri ile ilişkisi, hem de üretilen ürün nesnesi ile ilişkilerini içeren bir kurumdur. Nasıl ki fabrikada böyle bir “rol” kümesi varsa aynı şekilde piyasada bir kurum olarak, alıcı ve satıcıların rollerinden oluşur. Dolayısıyla piyasa, ne alım ve satımın gerçekleştiği yer, ne de alan ve satan gerçek insanlardan oluşur. Belki piyasada gerçek bir alma ve satma işlemi de yoktur. Gerçek davranış insan faaliyeti alanı ya da tarihi alanına aittir ve bu, tarihi merkezle etkileşim içinde üreten toplumsal kurumla aynı değildir. Piyasa kurumu, mal ve hizmet mübadelesiyle ilgili toplumsal faaliyet taraflarının rızasıyla oluşan alım ve satım faaliyeti aracılığıyla gerçekleşeceğine dair yaygın şekilde benimsenen beklentidir . Bu beklenti şöyle açıklanabilir. Ev almak için arabasını satışa çıkaran bir bireyi düşünelim. Piyasada başka bireylerin araba alıcısı rolünü oynamaları gerekir ki o birey ev satan rolünü üstlenen bireyin parasını ödeyebilsin. Piyasada ki ev alıcısı birey, ne ev satıcısı bireyin ne de arabasını alan bireyin aklından geçenleri bilemez. Daha genişletilirse ev ve arabayı imal edenlerin bütün düşüncelerini eşgüdümsel faaliyetlerin tespit etmek için, zaman harcamadan, diğer bireylerin iktisadi davranışlarına ilişkin beklentilerini merkez alarak, iktisadi eylem gerçekleştirilir. Bu açıdan bakılınca, piyasalar, bireysel isteklerin belirlenmesi ve onun tatmin edilmesinde bir araç olması dolayısıyla mülkiyet fikrinin de doğmasını neden olan ve onu geliştiren kurumlardır. Piyasalar, kendi özerk alanında piyasa aktörlerinin eylemlerine bir meşruiyet çizebilecek sınırlamaları kendi koyar. Piyasalarda dışsal etki, müdahale, negatif ve pozitif anlamda bulunmaz. Piyasalar, birey ve birimlerin “tercih sorununu” veya “ istek çatışmasının” işlevsel analitik aracıdır. Bu anlamda piyasalar, alıcı ve satıcının rızasına bağlı olarak tanımlayan veya bir değer oluşturan veya değer takdir etme yöntemidir. Kısaca, piyasalar değer takdir etme kurumlarıdır . Piyasaları, bireyler arasında ilişkilerde meşruiyet sınırı çizen bir kurum olarak görmek gerekir. Bu bağlamda, piyasanın hukuk, ahlâk ve din ile ilişkileri, doğrusal değil çevrimsel bir nitelik taşır .

Piyasalar, moral ve hukuki kuralların belirginliği nedeniyle, kazanç ve zararın önceden tahmin edilmesini sağlar. Böylece piyasalar negatif dışsallığı pozitif dışsallıktan fazla olan kendi çıkarını gözetmeden davranışına izin vermez ve önceden de gerekli tedbirleri alır. Piyasalar ahlâki kurallara ihtiyaç duymaz. Piyasalar, meyvenin öz suyunu içinde taşıdığı gibi

ahlâkı içinde taşır. Piyasalar bunu başaramadığı durumlarda ahlâk işlevsel bir kurum olarak devreye girer .

Piyasalar, bilinen mal ve hizmetlerin bütün bilgilerini bir kural içerisinde toplayıp, onların ekonomik evrimlerini oluşturan ve böylece onlardan aktörlerin sermaye yaratmalarına öncülük eden kurumlara dönüşürler.

Pazar kavramıyla piyasa kavramını da birbirinden ayırmak gerekir. Pazarda, insanla insan arasında ki mesafe söz menzili, insanla iktisadi eşya arasında ki mesafe göz menzili kadardır. Bilindiği gibi piyasa, pazardan daha geniş ve söz, göz menziline fersah fersah daha fazla bir genişlik ve derinliktedir. Hatta onu içerisine alan geniş bir kavramdır. Piyasada bireyler mal ve hizmetlere mestâne bir bakışla veya bir özge temâşâ ile bakarsa, rasyonel bir tercih ve karar, davranışını gösteremezler. Birey mal ve hizmetlerin içerisinde “nadir bulunan nur cevheri, yani faydayı” tespit etmediği zaman, tercih etmez. Bu anlamda piyasalar, malın ve onun değerlerinin seyir edilen yeri değil, yaşanan bir olgusu olurlar.

Piyasalar, bilinen mal ve hizmetlerin bütün bilgilerini bir kural içerisinde toplayıp, onların ekonomik evrimlerini oluşturan ve böylece onlardan aktörlerin sermaye yaratmalarına öncülük eden kurumlara dönüşürler.

Piyasalar, milyonlarca bireysel girişimci ve tüketicinin rastlantısal etkinliğinin teorikleşen yeri değildir. Bu nedenle piyasaların özellikleri oldukça anlamlıdır;

1-Piyasada bireyler kendi özgür iradeleri ile tercih davranış ve karar verirler. Kendi gönüllü ilişkilerine kendileri ancak sınır koyarlar ve bu iki birey arasında veya toplumsal tümün, gönüllü mübadele ilişkisi “teke” düşer ki, buna “indirgenabilirlik” tezi denir .

2-Piyasada bireylerin bütün istekleri bireysel meşruluğa sahiptir. Asla bir kurum, kuruluş ve otorite tarafından sorgulanamaz. Sadece bireyin malı tükenmeye istekli olması ve onu karşılayacak alım gücüne sahip olması yeterlidir.

3- Aktörler rasyoneldir; birey amaç-araç arasındaki ilişkileri kurmada araçsal rasyonel bir tavır takılır. Yani, bireyler piyasada fayda-maliyet ilişkisini rasyonellik ilkesi ile analiz ederler.

4-Karar birimleri mükemmel bilgi sahibidir; bilindiği gibi tam bilgi, bilginin homojen biçimde dağıldığını, asimetrik bilgilenmenin olmadığını, fiyat araştırma maliyeti, bilgiyi değerlendirme maliyeti gibi piyasa aktörlerin arasında farklılıklara yol açabilecek bilgi maliyetlerin olmadığı varsayımı üzerine geliştirilmiştir.

5-Piyasada daima çok, az’a tercih edilir ve bu alıcı ve satıcılar arasındaki (az-çok) çelişkisi, piyasa sisteminin hareket eksenidir.

6-Piyasada alıcı ve satıcının konumu aynı olmasına rağmen üstünlük hakkı, alıcıdadır. Çünkü satıcı alıcıyı memnun ettiği takdirde, malını satabilir. Dolayısıyla alıcı, piyasanın yönlendiricisi konumdadır. Piyasanın var oluş hikmeti, alıcıların isteklerinin karşılanmasıdır.

Buna hizmet eden gelişmeler “iyi” bunu engelleyenler de “kötü” dür. Piyasada alıcı tercihi iki nedenden “iyi”dir. Birincisi, alıcıların tercih imkânları, almak istediklerini en rasyonel biçimde almalarına imkân verir. İkincisi, alıcıların tercih özgürlüğü, satıcıları alıcılar karşısında rekabete sokar. İşte bu nedenlerden dolayı alıcıların satıcılara göre piyasada üstünlükleri vardır. Ancak, bu üstünlüğünün zamansal olmadığı fakat mantıksal olduğu, alıcının sadece malı almaya razı olmasının yeterli olmadığı da açıktır. Bunun yanında, satıcının da razılığı gereklidir. Aksi halde piyasada, “otorite ve kaos” olur.

Piyasa dünyasında özgür birey, düşüncesiyle nesnelere inancı arasında, fiyat kaynaklı açık ve şiddetli bir mücadeleye girer.

Piyasa belirli bir amaç ya da iyiliği gerçekleştirmeye yönelik ekonomi teriminin aksine farklı iyilik anlayışları ve farklı aktör ve ekonomik kurumların kendilerine özgü amaçları arasında tarafsız bir kurumdur. Piyasa tüccarları bir sınıf olarak kayırma durumunda olmayan gayri şahsi bir sistemdir .Piyasa iktisadi eşyanın kevn ü mekânıdır. Piyasayı, insandan soyutlamak, iktisadi eşyayı bir çeşit geometriye dönüştürmektir.

“Denge” merceğinden piyasa kavramı;

Mimaride somut olan denge iktisatta soyut ve plastiktir.Piyasalar, iktisadi dengelerin oluşumunda “büyük hâkim” konumundadırlar.Bilindiği gibi denge kavramının mantığı fizikte ki yerçekimi ve enerjinin korunumu kanunudur. Yani, iktisadi denge, Newton fiziğindeki dengenin mekanik mantığının, birey ve birimlerin iktisadi davranışlarının sosyal bilimdeki adıdır. Newton fiziğinin temelini oluşturan yerçekimi kanunu, iktisatta arz ve talebin medcezir yöntemiyle çekim kanununa dönüşerek, piyasa fiyatının oluşumuna aracılık etmiş ve bu sayede, piyasa, fiyat dengesine ulaşılmıştır. Alıcı ve satıcı arasındaki hakem, fiyattır. Fiyat, aynı zamanda gönderdiği sinyal (veya frekans) alıcı ve satıcı arasındaki iletişim aracıdır.

İktisadi dengeye ulaşıırken, önce bireylerin ve birimlerin iktisadi davranışları iktisadi sınırlamaların ile (ceterusparibus ilkesi doğrultusunda) nicelleştirilmiş daha sonra matematiksel formülasyona tabii tutularak tanımlı hale getirilmiştir. Bu durumda piyasa “Saatleri (Fiyatları) Ayarlama Enstitüsüdür”. Ayar, denge demektir. İktisadi denge, kanatlarına böcekte, kurtta kelebekte konsa uçuşunu bozmayan kuştur. Bir saat ya geri kalır veya ileri gider, bu işin üçüncü şekli yoktur. Bu da tam ayar imkânsızlığı gibi umumi bir şeydir. Ekonomideki dengeye de saat ayarı gibi bakılmalıdır. Ekonominin geri kalması saatin geri kalması gibidir. İleri gitmesi ise ekonominin deflasyon çizgisine girmesi demektir. O halde ekonominin de saat gibi “bir ayarda veya dengede” olması gerekir. Yeter ki saat veya ekonomi de durmuş olmasın. Her halükarda geciken ekonomiye de saat gibi ayar verilebilir. Ama durmuş saat hiçbir işe yaramadığı gibi durağan bir yapıya girmiş ekonominin de bireylere bir getirisi olmaz. Durgun ekonomi, çölde hastalanmış bir deve gibi bitkin ekonomidir. Piyasa, bu dengeyi gerçekleştirmede aracı olan ve ekonominin diriliş evriminin sürecidir. Piyasa bu geniş ve farklı özelliği ile içten, kendi politik alanını belirleyen bir olgu niteliğini taşır. Dolayısıyla piyasa, sadece kendini, dıştan belirleyen bir olgu olarak görülürse, otomatik saatlerin çarklarına” çomak” sokulmuş olur ki; bu da çarkların kırılmasına esnemesine ve elastikiyetlerinin kayıp olmasına neden olur.

Kısaca; ekonominin bütün mikro-makro unsurlarına baştan sona hâkim olan ve onları “rasyonelleştiren “ piyasa mekanizması aslında kendini ayarlayan otomatik saat gibi işler.

Piyasalar, birey ve birimin iktisadi doğasının ikinci, üçüncü birey ve birimlerin hizmetine yönlendiren organizasyonlardır. Yani, bireyler tarafından, arzularının etkili biçimde tatmininin bir mekanizması olarak kendiliğinden geliştirilen bir sosyal kurumdur. Bu anlamda, kaynakların sınırlı olduğu ve insanlar hukuk veya adetlerin tanıdığı imkânlar nispetinde bu kıt kaynaklar için rekabet edildiği her yerde piyasa var veya piyasa oluştu demektir.

Piyasalar, aktörleri, adaletsiz alışverişin kölesi olmaktan kurtaran ve özgürleştiren organizasyonlardır.

Piyasada, mal ve hizmetler ve aktörler olarak isimlendirilen piyasa oyunun taşlarının oldukça karmaşık bir yapısı olmasına rağmen, ekonomi derslerinde neredeyse bu taşların incelenmedik yeri kalmamıştır. Zaten piyasalaşma, piyasada bulunan aktörleri ve malları birbirine görünmeyen bağlar ağı (asla görünmeyen ellerle değil) ile bağlayan sosyal gerçekliğin tarihidir. Bu anlamda, piyasalaşma, toplumu organize eden bir kurum veya içinde yaşanan gerçek dünyanın hem kendisi hem de bu dünya ile uğraşma ve bu ilişkileri şekillendirme sürecinin ismidir.

Piyasa, sermaye üretme yeteneği olan ve ulusa servet yaratan, ekonomik sistemin “şah veya can” damarıdır.

Piyasalar, mal ve hizmetleri (varlık anlamında) katı ve fiziksel halinden ayırır ve onlara esneklik kazandırarak mobilize eder ve ticarileştirir. Yani piyasa, aktörlerin zihinlerine, mal ve hizmetlerin daha nitelikli üretimleri için kolaylıkla birleştirilen, bölünebilen ve mobilize edilebilen bir bilinç verdiği için, mal ve hizmetlerin değerine bir mislilik kazandırır. Bu ise, piyasa hakkında bazı şeyleri bilmenin ve bunlarla işlem yapmanın maliyetini düşüreceği için mal ve hizmetlerin değerlerini artırır. Piyasalar, aktörlerin küçük ölçekli bir yaşamdan büyük ölçekli bir yaşama sıçramalarını sağlayan trampelen konumundadırlar. Bu durumu Smith biraz farklı yorumlar; o da piyasa genişliğini veya büyüklüğünü piyasadaki işlerin küçüklüğüne bağlanmıştır. Yani, piyasa ne kadar büyük olursa işler o kadar küçük parçalara ayrılır.

Piyasada, mal ve hizmetler ve aktörler olarak isimlendirilen piyasa oyunun taşlarının oldukça karmaşık bir yapısı olmasına rağmen, ekonomi derslerinde neredeyse bu taşların incelenmedik yeri kalmamıştır. Zaten piyasalaşma, piyasada bulunan aktörleri ve malları birbirine görünmeyen bağlar ağı (asla görünmeyen ellerle değil) ile bağlayan sosyal gerçekliğin tarihidir. Bu anlamda, piyasalaşma, toplumu organize eden bir kurum veya içinde yaşanan gerçek dünyanın hem kendisi hem de bu dünya ile uğraşma ve bu ilişkileri şekillendirme sürecinin ismidir.

Piyasa, sermaye üretme yeteneği olan, ulusa servet yaratan ekonomik sistemin “şah veya can” damarıdır.

Piyasalar, mal ve hizmetlerin (varlık anlamında) katı ve fiziksel halinden ayırır ve onlara esneklik kazandırarak mobilize eder ve ticarileştirir. Yani piyasa, aktörlerin zihinlerine, mal ve hizmetlerin daha nitelikli üretimleri için kolaylıkla birleştirilen, bölünebilen ve mobilize edilebilen bir bilinç verdiği için, mal ve hizmetlerin değerine bir mislilik kazandırır. Bu ise, piyasa hakkında bazı şeylerin bilmenin ve bunlarla işlem yapmanın maliyetini düşüreceği için mal ve hizmetlerin değerlerini artırır.

Piyasalar bir iktisadi savaş alanı değil sulh alanıdır. Piyasa bireysel menfaatlerin ayrılıklarını körükleyen ve “fiyat tevhidine” e ulaşamayacağı inancını kıran sosyal ve iktisadi soyut mekânlardır. Piyasada bireyler, birbirlerinin Mevlâsı gibi olmadıkları sürece iktisadi eylemin “adil ve iyi”liği tartışılmaya devam edecektir. Bu yönüyle piyasa, hem akıllı hem ahlaklı veya hem rasyonel hem de irrasyonel değerleri içermelidir.

Piyasa ekonomilerinde aktörler, zorunlulukları gereği malların görelî fiyatlarına olumlu veya olumsuz cevap verirler. Piyasada aktörlerin kararları farklı malların değişim değerlerindeki hareketlilikleriyle sınırlıdır. Malların değişim değeri aktörlerin karar alırken dayandıkları “ortak” bir birim haline gelir. Değişim değerlerindeki oynamalar aktörlerin bireysel davranışlarının sonuçlarının planlanmamış sonuçları olarak doğar. Dolayısıyla değişim değeri her türlü toplumsal ve etik amaçlardan bağımsızdır. Bu nedenle piyasa ekonomilerinde, ekonomiler ahlâk dışıdır . İktisadi aktörlere parasal terbiye veren piyasalar, ileri piyasa düzeyine ulaşmış piyasalardır.

Piyasa bireysel farklılıkların zengin bir düşünce ortamına kavuştuğu ve bireysel yaratıcılığı ön plana çıkaran, bireyin kendisini keşfettiği bir sosyal organizasyondur.

Piyasa ve Demokrasi

Piyasada bireyler, demokrasidekinden daha kolay, daha bireysel, daha hızlı, daha etkili şekilde tercih yapabilir .

Piyasa ve demokratik işleyişi şu şekilde açıklanabilir. Piyasada bir mal ve hizmeti satın almak bir bakıma seçmenin oy vermesi gibidir. Bir alışveriş merkezinden alışveriş yapmak, para ile o alışveriş merkezine oy atmak demektir. Şöyle ki; çok sayıda kimse aynı alışveriş merkezinden alışveriş yaparsa veya oy verirse, o mağaza iyi iş yapar ve piyasada iktidar olur. Hiç kimse o mağazaya oy vermezse, mağaza piyasadaki veya seçim yarışından çekilir ve kapanır. Aynı şekilde, birçok insan, belirli bir malı tercih eder, parasıyla belirli bir mala oy verirse, üreticiler o maldan daha çok üretirler. Şayet bir mal hiç kimse tarafından alınmazsa, o mal bir daha üretilmeyecektir. Bu anlamda piyasa insanların paraları ile oylama yaptığı bir demokratik yarış alanıdır. Bu demokratik yarış alanında aktörler, harcamaları yoluyla, istedikleri şey için oy verme imkânına kavuşurlar. Bu yarışta tüketiciler (özellikle tüketici çocuklar) demokrasinin yapısını belirleyen öncü konumdadırlar. Çünkü tüketiciler, bir ürünü piyasadaki satın alarak veya almayarak demokrasiyi veya zenginliği yaratan sürecin başında gelirler. Bu anlamda, halkın iradesi demokratik piyasa sisteminin hakiki yansıtıcısı olur. Bir başka ifade ile, para olarak oylarını kullanan tüketiciler, siyasal sistemi oyları ile belirlediği gibi (demokrasimi yoksa krallık mı olduğunu nasıl belirliyorlarsa) piyasanın da

tam rekabet mi, monopol mü olacağına öyle karar verirler. Bütün bunlarda piyasa demokrasinin oluşum sürecidir.

Piyasa hem devleti mutlak güçten olabildiğince uzak tutmakta hem de gücü sınırlamakla neredeyse eş anlamlıdır. Piyasa çeşitli enstrümanları vasıtasıyla devleti hem vatandaşlarına karşı sınırlamakta hem de ülkelerin ilişkilerini geliştirip menfaatlerini iç içe geçirerek barışı teşvik etmektedir .

Sonuç:

Piyasalar, piyasa aktörlerinin iktisadi ruhlarının doktorlarıdır. En kalabalık yerler olmasına rağmen, piyasalar, realitenin duygusuzluğuna düşmektedir. Bu kalabalıklık piyasaların, piyasaya hâkim olma iktidarını kayıp etmesine denene olmaktadır. Ancak, piyasaların piyasaya hakim olma iktidarını ele geçirebilmesi için, “aklı-gönül” le karar veren aktörlerden dolması gerekir.Bütün bu cümlelere rağmen yinede yirminci yüzyılın piyasaları, iktisadi hayatın “büyük yalnızlarıdır”.Buyanlılık onun “bütün insan” yapar.Kısacası Piyasa bütün insandır.

Piyasa, ekonomiden daha kuvvetlidir. Ekonominin sürükleyicisidir. Bu karaktere sahip piyasalar, değer yaratıcı piyasalardır. Bu görevi üstlenen piyasalara “muvazeneli piyasalar” denir.