

# KÖTÜ LİMONLAR TEORİSİ<sup>1</sup>: KALİTE BELİRSİZLİĞİ VE PİYASA MEKANİZMASI<sup>2</sup>

George A. AKERLOF<sup>3</sup>

Çev: Ali BALKI<sup>4</sup>

## 1. GİRİŞ

Bu makale kalite ve belirsizliği konu edinmektedir. Malların kalitesindeki farklılık, piyasa teorisi açısından ciddi problemlere neden olur. Öte yandan, kalite farklılıkları ve belirsizlik arasındaki ilişki sayesinde işgücü piyasasının önemli kurumları açıklanabilir. Ayrıca bu çalışmada; az gelişmiş ülkelerde ticari faaliyette bulunmanın zor olması ve bilhassa dürüst olmamanın ekonomik maliyetlerinin tespiti üzerine bir model oluşturulmaya çalışılmaktadır. Para piyasalarının yapısı, sigortalama, dayanıklı malların paraya çevrilebilmesi ve marka ürünler gibi konular da bu teorinin uygulamaları kapsamında dikkate alınmalı ve yorumlanmalıdır.

Alıcılar, satın alacakları malların kalitesi konusunda karar verirken bazı piyasa verilerinden ve istatistiklerinden yararlanırlar. Bu durum, satıcıların kalitesiz malları piyasaya sürmesine neden olur. Çünkü kalite, esas olarak satıcıdan ziyade piyasa istatistiğinden yararlanan tüm alıcıları etkiler. Sonuç olarak, malların ortalama kalitesi düşme eğilimindeyken piyasa hacmi de daralma eğilimindedir. Bu piyasalarda, sosyal ve özel getiriler farklı olduğundan dolayı devlet müdahalesiyle tüm tarafların refahı artırılabilir veya tüm tarafların refah artışından yararlanması için kamu işletmeleri kurulabilir. Ancak rekabetçi bir yapıda olmayan bu işletmeler zarar edebilir ve faaliyet alanları değişebilir.

Bu görüşleri açıklamak için otomobil piyasası örneği kullanılmıştır. Bu piyasanın tercih edilmesinin nedeni, önemi veya gerçekçiliği değil somut bir şekilde anlaşılmasının kolay olmasıdır.

## 2. ÖRNEK OLARAK OTOMOBİL PİYASASI MODELİ

### 2.1. Otomobil Piyasası

İkinci el araç örneği, meselenin aslını yansıtmaktadır. Zaman zaman sıfır araçlar ile galeriden satılan araçlar arasında şaşırtıcı yüksek fiyat farkından söz edilir. Bu genel sorunun

<sup>1</sup> Çevirenin Notu: Kötü limon, Amerikan İngilizcesinde hasarlı ikinci el malın argoda karşılığı olarak kullanılmaktadır.

<sup>2</sup> Bu çalışma, George A. Akerlof'un The Quarterly Journal of Economics'te (Aug. 1970, Vol.84, No.3, pp.488-500) yayımlanan "The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism" isimli makalesinin çevirisidir.

<sup>3</sup> Yazar özellikle çok değerli yorumları ve fikirleri için Thomas Rothenberg'e teşekkür etmektedir. Ayrıca Roy Radner, Albert Fishlow, Bernard Saffran, William D. Nordhaus, Giorgio La Malfa, Charles C. Holt, John Leticia ile yardım ve önerileri için hakeme müteşekkir. Mali destekleri için Hindistan İstatistik Enstitüsü'ne ve Ford Vakfı'na ayrıca teşekkür etmektedir.

<sup>4</sup> Öğr.Grv., [alibalki42@hotmail.com](mailto:alibalki42@hotmail.com), Afyon Kocatepe Üniversitesi, <https://orcid.org/0000-0002-7130-2001>.

nedeni, sırf kişilerin "sıfır" bir araca sahip olmak istemeleridir. Çalışmada konuya farklı bir açıklama getirilmektedir. Konunun daha iyi anlaşılması için sadece dört çeşit aracın olduğunu varsayalım. Bu araçlar; sıfır ve ikinci el araçlar ile iyi ve kötü araçlar (Amerika'da "kötü limonlar" olarak bilinir) olsun. Sıfır bir araç, iyi bir araç veya kötü limon olabilir ve şüphesiz bu durum ikinci el araçlar için de geçerlidir.

Bu piyasadaki bireyler, satın aldıkları aracın iyi ya da kötü limon olduğunu bilmeden sıfır bir otomobil satın alsınlar. Üretilen iyi araç oranının ( $q$ ) ve kötü limon oranının ise  $(1-q)$  olduğu varsayımı altında; satın alınan aracın ( $q$ ) olasılığı ile iyi bir araç olduğu ve  $(1-q)$  olasılığı ile kötü limon olduğu bilinebilir.

Araç sahibi, bir aracı aldıktan ancak uzun bir süre sonra bu aracın kalitesi hakkında yeterli bilgiye sahip olmaktadır. Dolayısıyla, araç sahibi aracının kötü limon olması durumunda yeni bir olasılık belirleyecektir. Bu olasılık tahmini, ilk tahmininden daha doğrudur. Yani satıcılar, bir aracın kalitesi hakkında alıcılardan daha fazla bilgiye sahiptirler. Bu durum, piyasa bilgilerinde bir asimetrinin olduğunu göstermektedir. Bir alıcının, iyi araç ile kötü araç arasındaki farkı anlaması mümkün olmadığından, iyi araçlar ve kötü araçlar aynı fiyata satılmaya devam eder. İkinci el bir aracın sıfır bir araçla aynı değere sahip olamayacağı açıktır. Aynı değere sahip olsaydı, sıfır araç fiyatına kötü limon almak yerine iyi olma olasılığının ( $q$ ) daha yüksek olduğu sıfır bir araç satın almak daha avantajlı olurdu. Bu nedenle iyi bir araca sahip olan kişi, satıcıya bağımlıdır. Çünkü kendi aracının gerçek değerini alamadığı gibi sıfır bir aracın bile beklenen değerini bilememektedir.

Gresham yasası, farklı bir şekilde yeniden ortaya çıkmıştır. Yani, ticareti yapılan çoğu araç kötü limon olurken iyi araçların ticareti yapılmayacaktır. Kötü araçlar iyi araçları kovar (kötü paranın iyi parayı kovduğu gibi). Ancak Gresham yasasıyla bire bir benzerlik yoktur. Çünkü kötü araçlar, iyi araçlarla aynı fiyata satıldığı için iyi araçları kovarken; kötü para, döviz kurlarının eşit olmasından dolayı iyi parayı kovar. Bir alıcının iyi ve kötü araç arasındaki farkı anlaması mümkün olmadığından, kötü araçlar iyi araçlarla aynı fiyattan satılmaktadır. İyi ve kötü araç arasındaki farkı sadece satıcı bilir. Gresham yasasında ise hem alıcı hem de satıcı iyi ve kötü para arasındaki farkı bilmektedir. Yani bu benzerlik yol göstericidir fakat birebir bir benzerlikten söz edilemez.

## 2.2. Asimetrik Bilgi

İyi araçların kötü limonlar tarafından piyasadan dışlanacağı anlaşılmıştır. Ancak, farklı kalitedeki malların sürekli alınıp satılması durumunda, daha kötü sonuçlar da ortaya çıkabilir. Çünkü piyasanın tam oluşmadığı durumda, kötü sürücüler o kadar da kötü olmayan sürücülerini dışlarken o kadar da iyi olmayan sürücülerini iyi sürücülerini dışlayabilir.

İkinci el otomobil talebinin, iki değişkene güçlü bir şekilde bağlı olduğu varsayılabilir. Bunlar; otomobilin fiyatı ( $p$ ) ile ticareti yapılan ikinci el araçların ortalama kalitesi ( $u$ )dir. [ $Q^d=D(p,u)$ ]. İkinci el araçların arzı ve ortalama kalitesi ( $u$ ), fiyata bağlıdır:  $u=u(p)$  ve  $S=S(p)$ . Denge durumunda arz, ortalama kalitede belirlenmiş talebe eşit olmalıdır:  $S(p)=D(p, u(p))$ . Fiyat düşüldükçe, normal olarak kalite de düşecektir. Bu durumda hiçbir mal herhangi bir fiyat düzeyinde işlem görmeyecektir.

Fayda teorisinden bu duruma bir örnek verilebilir. Sadece iki grup yatırımcının olduğunu varsayalım. Birinci grubun fayda fonksiyonu ( $U_1 = M + \sum_{i=1}^n x_i$ ); ikinci grubun fayda

fonksiyonu ise ( $U_2 = M + \sum_{i=1}^n 3/2x_i$ ) olsun. Fonksiyonda yer alan ( $M$ ) otomobiller dışındaki malların tüketimi, ( $x_i$ )  $i$ . otomobilin kalitesi ve ( $n$ ) otomobillerin sayısıdır.

Fayda fonksiyonları hakkında şu açıklamaları yapmak gerekmektedir: (1) Fayda fonksiyonu doğrusal olmasaydı (örneğin logaritmik olsaydı) cebirsel zorluklarla karşılaşılacaktı. (2) Doğrusal fayda fonksiyonunun kullanılması, asimetric bilginin etkilerine odaklanmayı sağlamıştır. İçbükey bir fayda fonksiyonu kullanılsaydı, asimetric bilginin etkileriyle birlikte belirsizliğin olağan risk-varyans etkileriyle de uğraşılmak zorunda kalınacaktı. (3)  $U_1$  ve  $U_2$  fonksiyonları öyle tuhaf bir özelliğe sahiptir ki modele eklenen her bir araç aynı miktarda fayda sağlamaktadır. Belirlenen amaca ulaşmak için gerçek durumdan vazgeçilmiştir.

Devamında; (1) hem birinci hem de ikinci grup tüccarların beklenen faydasının von Neumann-Morgenstern maksimizasyonu olduğu; (2) birinci grubun eşit kalitede ( $x$ ) dağıtılmış  $N$  adet araca sahip ( $0 \leq x \leq 2$ ) olduğu, ikinci grubun ise aracının olmadığı; (3) diğer malların fiyatının ( $M$ ) tek olduğu varsayılmıştır.

Birinci gruptaki tüm tüccarların geliri (otomobil satışından elde edilenler dahil)  $Y_1$  ve ikinci gruptaki tüm tüccarların geliri  $Y_2$  olarak adlandırılmıştır. İkinci el araçlara olan talep, her iki grubun taleplerinin toplamıdır. Bölünmezlikleri ihmal ettiğimizde, birinci gruptaki tüccarların otomobil talebi şu şekilde olacaktır:

$$D_1 = Y_1/p \quad u/p > 1$$

$$D_1 = 0 \quad u/p < 1.$$

Birinci gruptaki tüccarların araç arzı

$$(1) S_2 = pN/2 \quad p \leq 2$$

araçların ortalama kalitesi ise

$$(2) u = p/2 \text{ 'dir.}$$

[(1) ve (2) nolu denklemleri türetmek için otomobil kalitesinin eşit dağılımı kullanılmıştır.]

Benzer şekilde ikinci gruptaki tüccarların talebi

$$D_2 = Y_2/p \quad 3u/2 > p$$

$$D_2 = 0 \quad 3u/2 < p$$

ve arzı

$$S_2 = 0 \text{ 'dır.}$$

Böylece toplam talep  $D(p, u)$

$$p < u \text{ ise} \quad D(p, u) = (Y_2 + Y_1)/p$$

$$u < p < 3u/2 \text{ ise} \quad D(p, u) = Y_2 / p$$

$$p > 3u/2 \text{ ise} \quad D(p, u) = 0 \text{ olur.}$$

Ancak, fiyat  $p$  iken ortalama kalite  $p/2$ 'dir. Birinci gruptaki tüccarlar otomobillerini, ikinci gruptaki tüccarların ödemeye razı olduğu  $0$  ile  $3$  arasındaki bir fiyata satmak istemesine rağmen hiçbir fiyat düzeyinde herhangi bir ticaret gerçekleşmez.

### 2.3. Simetrik Bilgi

Önceki bölümde yer alan bilgiler, simetrik bilgi durumuyla çalışmaktadır. Tüm araçların kalitesinin aynı olduğunu varsayalım,  $0 \leq x \leq 2$ . Bu durumda talep eğrileri ve arz eğrileri aşağıdaki gibi yazılabilir:

Arz eğrisi

$$S(p) = N \quad p > 1$$

$$S(p) = 0 \quad p < 1,$$

Talep eğrisi

$$D(p) = (Y_2 + Y_1)/p \quad p < 1$$

$$D(p) = (Y_2 / p) \quad 1 < p < 3/2$$

$$D(p) = 0 \quad p > 3/2 \text{ dir.}$$

Denge durumu

$$(3) Y_2 < N \quad \text{ise} \quad p = 1$$

$$(4) 2Y_2 / 3 < N < Y_2 \text{ ise} \quad p = Y_2 / N$$

$$(5) N < 2Y_2 / 3 \text{ ise} \quad p = 3/2 \text{ dir.}$$

$N < Y_2$  olduğunda,  $N / 2$  araç asimetrik bilgi içeriyorsa fayda elde edilebilir. ( $N > Y_2$  olduğunda ise, ikinci gruptaki tüccarların geliri tüm otomobilleri ( $N$ ) satın almak için yeterli değilse,  $Y_2 / 2$  birim fayda elde edilir.)

Tüccarların otomobillerin kalitesi hakkındaki olasılık tahminleri, otomobilden otomobile değişebilir. Bu örnekte, birinci ve ikinci grup tüccarlarının otomobillerin kalitesi hakkında aynı olasılık tahminlerine sahip olması durumunda (3), (4) ve (5) numaralı denklemler küçük bir değişiklikle dengeyi gösterir. Bu durumda  $p$ , bir birim kalitenin beklenen fiyatını gösterir.

## 3. ÖRNEKLER VE UYGULAMALAR

### 3.1. Sigorta

65 yaşın üzerindeki insanların sağlık sigortası satın almakta büyük zorluk çektiği bilinen bir gerçektir. Bu durumda, doğal olarak şu soru ortaya çıkmaktadır: neden fiyatta, riskteki artışa eş değer bir artış olmuyor?

Bu sorunun cevabı; fiyat seviyesi yükseldikçe, gerçekten sigortaya ihtiyacı olan kişilerin sigorta yaptırmasıdır. Ayrıca, hatalı sağlık kontrolleri ve doktorların yaşlı hastalara sempati duyması vb. nedenlerle başvuru sahipleri, mevcut riskleri sigorta şirketlerinden daha kolay değerlendirecektir. Sonuç olarak, fiyat seviyesi yükseldikçe sigorta başvuru sahiplerinin

ortalama sağlık durumu kötüleşir ve herhangi bir fiyattan hiçbir sigorta satışı gerçekleşmez.<sup>5</sup> Bu örnek, fiyat seviyesindeki düşüşle arz edilen ikinci el araçların ortalama kalitesinin düştüğü araçlar örneğine kesinlikle benzemektedir. Bu durum, sigorta ders kitaplarındaki açıklamalarla bağdaşmaktadır:

Söz konusu politikalar genellikle altmış beş yaşından büyüklerde geçerli değildir. . . . Primler, sağlık durumu çok kötü olan sigortalılar için cazip olamayacak kadar yüksektir. Bu nedenle, bu yaşlarda ciddi bir ters seçim problemi vardır (Dickerson, 1959: 333).

Piyasa istatistikleri ve veriler bu sonucu desteklemektedir. Kişilerin yaşı ilerledikçe sağlık sigortası talepleri de artmaktadır. 1956'da 2.809 aile ve 8.898 kişi ile yapılan bir araştırmaya göre; 45-54 yaş arasındaki kişilerde %63 olan sağlık sigortasının kapsamı, 65 yaş üstü kişilerde %31'e düşmektedir. Şaşırtıcı bir şekilde, araştırmaya göre 55-64 yaş arası erkeklerin ortalama sağlık masrafı 88 dolar iken, 65 yaş üstü erkeklerin ortalama sağlık masrafı 77 dolardır (Anderson ve Feldman, 1956). Sigortalı olmayan bu yaş gruplarındaki kişilerin harcamaları 66 dolardan 80 dolara yükselirken, sigortalıların harcamaları 105 dolardan 70 dolara düşmektedir. Bu sonuç, özellikle yaşlılara sağlık sigortası yaparken, sigorta şirketlerini daha dikkatli olmaya sevk etmektedir.

"Ters seçim" ilkesi potansiyel olarak tüm sigorta türlerinde geçerlidir. Wharton School'daki bir sigorta ders kitabında şu ifadeler yer verilmiştir:

Sürekli sağlık sigorta poliçesi sahiplerinin yaşlandıkça ve sigorta primleri yükseldikçe sigortalarını sona erdirmeleri potansiyel bir ters seçıştır. Bu eylem, sigorta şirketini aşırı oranda risk altında bırakabilir. Hatta söz konusu riskler, beklenenden daha yüksek olabilir. Ters seçim "sigortalı kişi veya grupların poliçe satın alma ya da almama, sigorta kapsamlarını ya da planlarını seçme ve sigortalı olarak devam etme ya da etmeme özgürlüğüne sahip olduklarında ortaya çıkmaktadır." (Denenberg vd., 1964: 446).

Amerika Birleşik Devletleri'nde sağlık sigortasının en yaygın biçimi olan grup sigortası ile sağlıklı bireyler sigortalı olmaktadır. Çünkü sağlıklı olmak genellikle istihdam için bir ön koşuldur. Sigorta şirketleri kendi "ters seçim"lerini yaptıkları için bu durum, aynı zamanda sağlık sigortasına en çok ihtiyacı olan bireylerin sağlık sigortasını en az kullanabildiği anlamına da gelmektedir.

Bu durum, devletin yaptığı sağlık sigortası lehine büyük bir delil teşkil eder.<sup>6</sup> Fayda-maliyet prensibine göre bireyler sağlık sigortasını öderler: çünkü piyasadaki her birey, kendi sağlık sigortasının beklenen maliyetini ödemeye ve sigorta poliçesi satın almaya isteklidir. Ancak sigorta şirketleri, herhangi bir piyasa fiyatında çok fazla "kötü limon"la (sağlık durumu kötü olan kişiyle) muhatap olacakları için poliçe yapmayı göze alamazlar. Refah iktisadına göre devletin yaptığı sağlık sigortası, kamu harcamaları içerisinde yer almaktadır.

<sup>5</sup> Arrow'un "Uncertainty and Medical Care" başlıklı güzel makalesi (American Economic Review, Cilt 53, 1963) bu hususu tam olarak açıklamaz. "Ters seçim" yerine "ahlaki tehlike" üzerinde durur. Kabaca, "ahlaki tehlike"nin varlığı hem kamu hem de özel programlar için eşit derecede dezavantajlıdır; "ters seçim" i içeren daha geniş anlamıyla "ahlaki tehlike" kamunun sigorta programlarına şüphesiz bir avantaj sağlar.

<sup>6</sup> Yine bir sigorta ders kitabından alınan aşağıdaki alıntı, tıbbi sigorta piyasasının tam rekabetten ne kadar uzak olduğunu göstermektedir:

". . . sigorta şirketleri başvuru sahiplerini incelemelidir. Doğal olarak, birçok insanın kendi isteğiyle kendine yeterli olacak sigortayı araştıracağı gerçektir. Ancak, kaza ve sağlık sigortası gibi sigorta türlerinde, şirketlerin bir acentenin yanına başvurmadan kendi isteğiyle sigorta araştıran kişilere ikinci kez güvenmeleri muhtemeldir." (Angell, 1957: 8-9).

Bu, sigortanın serbest piyasada satılan bir mal olmadığını gösterir.

### 3.2. Azınlıkların İstihdamı

Kötü limon prensibi, azınlıkların istihdamına da ışık tutmaktadır. İşverenler, belirli meslek gruplarında azınlık gruplarının üyelerini işe almayabilir. İşverenlerin bu kararı, önyargıyla alınmış irrasyonel bir karar değil kar maksimizasyonu amacıyla verilmiş bir karardır. Çünkü başvuru sahibinin ait olduğu grup işverenler açısından, eğitim seviyesinin ve genel iş becerilerinin bir göstergesidir.

Bu göstergenin yerine eğitimin kullanılması daha faydalı olacaktır. Çünkü öğrenciye not veren eğitim sistemi, diğer yüzeysel özelliklerden daha iyi bir kalite ölçütüdür. T.W. Schultz'un da dediği gibi, "Eğitim kurumu potansiyel yetenekleri keşfeder ve geliştirir. Çocukların ve yetişkin öğrencilerin yetenekleri, bulunana ve geliştirilene kadar asla bilinemez." (Schultz, 1964: 42). Eğitim almamış bir çalışan doğuştan yetenekli olabilir. Ancak bir şirketin bu yetenekleri dikkate alması için yeteneklerin "eğitim kurumu" tarafından onaylanması gerekir. Bununla birlikte, onaylayan kuruluş da güvenilir olmalıdır. Merkezden uzaktaki (kenar mahalle) okulların güvenilir olmaması, buradan mezun öğrencilerin ekonomik olanaklarını azaltmaktadır.

Bu eksiklik bilhassa, zaten dezavantajlı olan azınlık grubu üyeleri için dezavantaj olabilir. Kalifiye işgücünü vasıfsız işgücünden ayırt etmek zor olduğundan, işveren bu grupların herhangi bir üyesini sorumlu pozisyonlarda çalıştırmama gibi rasyonel bir karar verebilir. Bu tür bir karar, George Stigler'in kaleme aldığı "cehalet rejiminde Enrico Fermi bir bahçıvan, Von Neumann bir eczanede kasa görevlisi olurdu" ifadesini hatırlatmaktadır (Stigler, 1962: 104).

Sonuç olarak, merkezden uzak okullarda eğitim görmek, bireyden ziyade tüm grubu etkileyerek ortalama kaliteyi yükseltme eğilimindedir. Kişinin ait olduğu gruba ek olarak yalnızca bilgi düzeyi kullanıldığı sürece, eğitim için herhangi bir neden söz konusu olmayacaktır.

Bir diğer sorun, Amerikan Ekonomik Fırsat Ofisi'nin program değerlendirmelerinde fayda-maliyet analizini kullanmasıdır. Çünkü birçok fayda dışsal olabilir. Azınlık grupların eğitiminde, kişilerin birseysel kalitesi yükseldikçe grubun da ortalama kalitesi yükselecektir. Benzer şekilde, eğitimin getirisi bireyden ziyade tüm gruba yayılacaktır.

### 3.3. Dürüst Olmamanın Maliyeti

Kötü limonlar modeli, dürüst olmamanın maliyeti hakkında bazı yorumlar yapmak için kullanılabilir. Bir piyasada, malların satılırken dürüst davranıldığını ya da dürüst davranılmadığını varsayalım. Bu durumda malın kalitesi doğru ya da yanlış gösterilebilir. Alıcının sorunu şüphesiz malın kalitesini bilebilmesidir. Düşük kalitedeki malları arz etmek isteyen insanların piyasada bulunması, "kötü limonlar" örneğinde olduğu gibi bunların piyasayı ele geçirme eğiliminde olduğunu gösterir. Dürüst olmayan alışverişlerin dürüst alışverişleri piyasadaki dışlama eğiliminde olması, dürüst olmamanın başlıca maliyetini göstermektedir. Potansiyel olarak kaliteli ürün almak isteyen alıcılar ile kaliteli ürünleri uygun fiyat aralığında arz eden satıcılar olacaktır. Bunun yanı sıra kaliteli mallara karşı kalitesiz malları kullanmak isteyen insanların olması dürüst alışverişleri dışlama eğilimindedir. Bu

nedenle, dürüst olmamanın maliyeti sadece alıcının uğradığı zararı değil; aynı zamanda dürüst satıcıların piyasadan dışlanmasından doğacak zararı da içermelidir.

Ticarette dürüst olmama, az gelişmiş ülkelerde ciddi bir sorundur. Oluşturulan model, bu açıklamaya makul bir temel oluşturmakta ve ilgili "dışsal" ekonomilerin yapısını açıklamaktadır. Oluşturulan ekonomik modelde, özellikle dürüst olmama ya da otomobillerin kalitesinin yanlış gösterilmesinin maliyeti, otomobil başına 1/2 birimdir. Ayrıca bu durum, ikinci el araç piyasasının büyüklüğünü N'den O'a düşürür. Sonuçta, en azından teorik olarak dürüst olmamanın maliyeti doğrudan ölçülebilmektedir.

Kalite çeşitliliğinin, gelişmiş bölgelere göre az gelişmiş bölgelerde daha fazla olduğuna dair önemli bulgular vardır. Hindistan Kamu Dış Ticaret Şirketlerinin ve gerçekleştirilen ihracatın kalite kontrol ihtiyacı, bu durumun bir göstergesidir. Örneğin, İhracat Kalite Kontrol ve Denetim Yasası (1963) uyarınca, "Hindistan'da ihracatın yaklaşık % 85'i bir veya birden fazla kalite kontrol denetimine tabidir." (The Times of India, 1967: 1) Hintli ev hanımları, kasıtlı olarak pirince katılan aynı renk ve şekildeki taşları ayırt etmek için semt pazarındaki pirince dikkat etmelidirler. Semt pazarındaki kalitenin heterojenliği ile Amerikan süpermarketindeki kutulanmış ürünlerin kalitesi karşılaştırıldığında, kalite çeşitliliğinin Batı'ya göre Doğu'da daha büyük bir sorun oluşturduğunu göstermektedir.

Geleneksel bir kalkınma modelinde, sanayi öncesi neslin tüccarları bir sonraki neslin ilk girişimcilerine dönüşür. Bu duruma en iyi örnek Japonya'dır (See ve Levy, 1955). Bunun yanı sıra İngiltere ve Amerika da bu duruma örnek olabilir (Kindleberger, 1958: 86). Oluşturulan modelde tüccarın en önemli yeteneği, malın kalitesini belirleyebilmesidir. Bu örnekte, ikinci el araçların kalitesini bilen ve bu kaliteyi garanti eden tüccarlar, ikinci gruptaki tüccarın alış fiyatı ile birinci gruptaki tüccarın satış fiyatı arasındaki fark kadar kar elde edeceklerdir. Bu insanlar tüccardırlar. Çünkü hem üretimde kullanılan girdilerin kalitesini bilirler hem de üretilen ürünün kalitesini garanti ederler. Bu durum, tüccarların ilk girişimciler olmalarının makul (ilave) bir nedenidir.

Buradaki sorun, elbette girişimciliğin kıt bir kaynak olmasıdır. Bu nedenle, hiçbir kalkınma planında girişimcilik belirsiz bırakılmaz. Bazılarına göre esas sorun budur (Lewis, 1955: 196). Girişimciliğin kıt bir kaynak olduğu düşünüldüğünde, ürün çeşitliliği iki şekilde kalkınmaya engel olmaktadır. İlk olarak, girişimcilerin ticaretten aldığı pay yüksek olduğu için girişimciler üretime yönelmezler. İkincisi ise birim çıktı başına girişimcinin harcadığı zaman miktarı arttıkça, kalite çeşitliliği daha çok artacaktır.

### **3.4. Az gelişmiş Ülkelerde Kredi Piyasaları**

(1) Az gelişmiş ülkelerdeki kredi piyasaları, Kötü Limon Prensibi'nin işleyişini güçlü bir şekilde yansıtır. Hindistan'daki sanayi kuruluşlarının büyük bir kısmı, yönetim ajansları tarafından kontrol edilmektedir (yakın zamanda yapılan bir araştırmaya göre, bu "yönetim ajansları" kamu şirketlerinin % 65,7'si ile toplam varlıkların % 66'sını kontrol etmektedir) (Government of India, 1964: 44). Bir tarihçi "yönetim ajansı sisteminin" işlevini ve oluşumunu şu şekilde anlatmaktadır:

Güney Asya ticaret yönetimi, tüccar birliklerinin işlevini sürdürmüş ve Yönetim Ajansı olarak bilinen Güney Asya'ya özgü bir organizasyon türü olarak kalmıştır. Yeni bir girişim ortaya çıktığında (üretim tesisi, tarımsal faaliyet veya ticari girişim gibi), bu girişimi

gerçekleştirenler resmi bir yönetim ajansına başvuracaklardır. Girişimciler, Hintli veya İngiliz olabilirler. Ayrıca bu girişimciler, çeşitli teknik ve finansal kaynaklara sahip olabilirler ya da girişim için ellerinde sadece işletme ruhsatı olabilir. Dolayısıyla girişimciler her durumda, yatırımlarını gerçekleştirebilmek ve güveni sağlayabilmek için saygın bir kurum olan ajansa yöneleceklerdir (Tinker, 1966: 134).

Hint sanayisinin ikinci büyük özelliği ise bu yönetim ajanslarının sosyal ya da toplumsal grupların egemenliğinde olmasıdır. Bu nedenle firmalar genellikle toplumsal kökenine göre sınıflandırılırlar.<sup>7</sup> Bu ortamda yabancı yatırımcılar, yükümlülüklerini yerine getirmezler. Bununla birlikte firmalar "dürüst" işlemlerinden dolayı itibar kazanırlar ve sınırlı hizmet arzıyla tekel rantı elde ederler. Ayrıca finansman kaynakları, yerel toplumsal gruplarla sınırlıdır. Toplumsal ve ailevi ilişkiler, firmaları toplum içinde dürüst iş yapmaya teşvik etmektedir. Hindistan ekonomi tarihinde zengin gayrimenkul sahipleri, tasarruflarıyla sanayi sektörüne yaptıkları yatırımlarda başarısız olmuşlardır. Bunun sebepleri; (1) diğer toplumsal sınıfların hakimiyetinde olan girişimlere yatırım yapmaktan çekinmeleri, (2) şişirilmiş tüketim eğilimi, (3) getiri oranlarının düşük olmasıdır.<sup>8</sup> Bununla birlikte, İngilizlerin sahip olduğu yönetim ajanslarının, Hintlilerin yönetim ajanslarına göre en azından daha adil olduğu açıktır. Çünkü İngilizlerin kontrolündeki ajansların portföyünde hem Hintli hem de İngiliz yatırımcılar bulunmaktadır.

(2) Kötü Limon Prensibine ikinci bir örnek, yerelde borç veren kişinin müşterilerinden yüksek faiz talep etmesidir. Hindistan'daki söz konusu yüksek faiz oranları parasal kaynağa ulaşmanın önündeki en önemli engeldi. "Birlikte Devinim" olarak adlandırılan akım, bankaları yerelde borç veren kişilerle rekabet edecek duruma getirerek bu büyüyen parasal kaynağa ulaşma sorununa karşı koymayı amaçlamıştır.<sup>9</sup> Şehir merkezlerindeki büyük bankaların faiz

<sup>7</sup> Aşağıdaki tablonun varlığı (ve ayrıca karma kontrol altındaki firmaların küçük bir yüzdesi) firmaların kontrolünün toplumsallaştığını göstermektedir (Mehta, 1955: 314).

	Sanayinin Toplumsal Kontrole Göre Dağılımı		
	1911	1931 (firmaların sayısı)	1951
İngilizler	281	416	382
Parsiler	15	25	19
Gujaratiler	3	11	17
Yahudiler	5	9	3
Müslümanlar	-	10	3
Bengalliler	8	5	20
Marwariler	-	6	96
Karma kontrol	28	28	79
Toplam	341	510	619

Ayrıca, pamuk endüstrisi için bkz. Fukuzawa (1965).

<sup>8</sup> Endüstriyel karların karışık geçmişi için bkz. Buchanan (1966).

<sup>9</sup> Bu konuda önde gelen otorite Sir Malcolm Darling'dir. Bkz. Punjabi Peasant in Prosperity and Debt. Aşağıdaki tablo da öğretici olabilir:

	Teminatlı krediler (%)	Teminatsız krediler için en yaygın oranlar (%)	Tarım kredileri (%)
Punjab	6 - 12	12 - 24 (en yaygın oran 18 ¾)	25
United Provinces	9 - 12	24 - 37 ½	25 (Oudh'da 50)
Bihar		18 ¾	50
Orissa	12 - 18 ¾	25	25



oranları % 6-8-10 iken yerelde borç veren kişi % 15, % 25 ve hatta % 50 faizle borç vermektedir. Paradoks olarak görünen bu durumun iki açıklaması vardır. İlk olarak borç veren kişi, krediyi sadece kendi sözleşmesini kolayca uygulayabileceği kişilere verir. İkincisi ise krediyi, borç verdiği kimsenin kişisel bilgilerine sahip olduğu durumlarda vermesidir. Borç veren kişinin faiz oranı ile merkez bankasının faiz oranı arasında arbitraj yapmaya çalışan aracı, tüm "kötü limonları" kendine çekmeye ve böylece zarar etmeye eğilimlidir.

Bu yorum, Sir Malcolm Darling'in "köy tefecisinin gücü" hakkındaki yorumunda da görülebilir:

Hint köyünde borç veren kişilerin, genellikle savurgan insanlar arasında yer alan tutumlu kişiler olduğu düşünülebilir. Borç veren kişinin, bugünkü koşullarda cesaret edilemeyen çalışma yöntemi, köylünün rahat yaşam tarzına uymaktadır. Borç veren kişiler; formalitelere takılmayan, rahatsız edici sorular sormayan, çok çabuk karar veren ve her zaman erişilebilir durumda olan kişilerdir. Ayrıca bu kişiler, borcun faizi ödendiği takdirde anaparanın geri ödenmesi için baskı yapmazlar. Müşterilerinin iyi ve kötü günlerinde yanlarında olarak onların mutluluklarını ya da üzüntülerini paylaşırlar. *Borç verecekleri kişilerin tam bilgisine sahip olarak ciddi risklere girmeden, hiç kredi alamayacak durumda olanları bile finanse edebilirler* (Darling, 1932: 204).

Barbara Ward'ın açıklaması ise şu şekildedir:

Hong Kong balıkçı köyündeki küçük bir esnaf bana şunları söyledi: "Koyumuzda düzenli olarak demir atan herkese kredi veriyorum. Ancak iyi tanımadığım biri hakkında tam bilgiye ulaşamıyorsam iki kere düşünürüm." (Ward, 1960; 1967: 142).<sup>10</sup>

İran'da pamuk çırçırında ek kazanç sağlamanın yolu, gelecek sezon için ödünç para vermektir. Çünkü çırçır şirketleri genellikle Tahran bankalarından piyasa faiz oranında bir kredi limitine sahiptir. Ancak iç piyasadaki yetersiz bilgidен dolayı, ödünç para verme işleminin ilk yıllarında çırçır şirketleri, ödenemeyen borçlardan büyük kayıplara uğrarlar.<sup>11</sup>

#### 4. ÖNLEYİCİ KURUMLAR

Kalite belirsizliğinin etkilerine karşı çok sayıda kurum ortaya çıkmıştır. Bu kurumlardan biri de garantilerdir. Dayanıklı tüketim mallarının çoğu, alıcının beklediği

Bengal	8 -12	9 - 18 "saygın müşteriler" için 18 ¾ - 37 ½ (ikinci oran çiftçiler ile ortak)	
Central Provinces	6 - 12	15 adi şirketler için 24 kiracılar için 37 ½ transfer hakkı olmayan Hintli çiftçiler için	25
Bombay	9 - 12	12 - 25 (en yaygın oran)	
Sind		36	
Madras	12	15 - 18 (güvensiz bölgelerde sıklıkla 24)	20 to 50

Kaynak: Darling, 1932: 190.

<sup>10</sup> Bu konuda ayrıca bkz. Skinner (1967), Mintz (1967).

<sup>11</sup> Fabrika müdürü ile kişisel görüşme, Nisan 1968.

normal kaliteyi garanti eder. Oluşturulan modelin doğal bir sonucu, riskin alıcıdan ziyade satıcı tarafından karşılanmasıdır.

Kalite belirsizliğinin etkilerine karşı geliştirilen bir diğer kurum, marka ürünlerdir. Bir ürünün markası sadece ürünün kalitesini göstermez. Aynı zamanda ürünün kalitesi beklentileri karşılamıyorsa, tüketiciye yasal yollara müracaat etme hakkı verir ve bu yüzden tüketici, gelecekte bu malın tüketimi azaltır. Piyasaya yeni çıkan ürünlerin genellikle eski markalarla ilişkili olması, tüketiciye ürün kalitesi konusunda güven vermektedir.

Otel veya restoran zincirleri, marka ürünlere benzer. Zincir restoran, oluşturulan modele uygun bir örnektir. Bu restoranlar, en azından Amerika Birleşik Devletleri'nde çoğunlukla şehirlerarası otoyollarda görülür. Restoranın müşterileri nadiren yerel halktır. Bunun nedeni, ünlü restoran zincirlerinin ortalama yerel restorandan daha iyi bir hamburger hizmeti sunmasıdır. Aynı zamanda, bölgesini iyi bilen yerel müşteri genellikle tercih ettiği bir restoranı seçebilir.

Lisans uygulamaları da kalite belirsizliğini azaltır. Doktorlara, avukatlara ve berberlere verilen lisanslar, bu duruma örnek teşkil eder. Vasıflı işgücünün çoğu, belirli yeterlilik seviyelerine ulaştığını gösteren sertifikalara sahiptir. Lise diploması, lisans derecesi, doktora hatta Nobel Ödülü bile bir dereceye kadar bu sertifikasyon işlevine hizmet eder. Eğitim sektörü ve işgücü piyasasının da kendine özgü "markaları" vardır.

## **5. SONUÇ**

Bu çalışmada "güven" in önemli olduğu ekonomik modeller tartışılmıştır. Resmi ve yazılı olmayan garantiler, ticaretin ve üretimin önkoşuludur. Bu garantilerin belirsiz olduğu yerlerde ticaret, Gresham yasasının da öngördüğü gibi zarar görecektir. Belirsizliğin bu yönü, mahkûmun açmazında olduğu gibi oyun teorisyenleri tarafından araştırılmıştır. Ancak belirsizliğin bu yönüne, daha geleneksel yaklaşım olan Arrow-Debreu yaklaşımında genellikle yer verilmemiştir (Radner, 1967). Dolayısıyla kaliteli malları diğerlerinden ayırt etmenin zorluğu, ticaretin doğasından kaynaklanmaktadır. Bu durum, birçok ekonomik kurumu açıklarken, aslında belirsizliğin daha önemli bir yönünü ortaya koymaktadır.

## **6. KAYNAKÇA**

- Anderson, O. W. & Feldman, J. J. (1956). Family Medical Costs and Insurance. New York: McGraw-Hill.
- Angell, F. J. (1957). Insurance, Principles and Practices. New York: The Ronald Press.
- Arrow, K. J. (1963). Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care. The American Economic Review, 53(5), 941-973.
- Buchanan, D. H. (1966). The Development of Capitalist Enterprise in India. New York: Kelley (reprinted).
- Darling, S. M. (1932). Punjabi Peasant in Prosperity and Debt. (3rd ed.), Oxford University Press.
- Denenberg, H. S., Eilers, R. D., Hoffman, G. W., Kline, C. A., Melone, J. J. & Snider, H. W. (1964). Risk and Insurance. Englewood Cliffs, N.J.:Prentice Hall.

- Dickerson, O. D. (1959). *Health Insurance*. Homewood (3rd ed.), Illinois: Irwin.
- Fukuzawa, H. (1965). *Economic History of India*. In V. B. Singh (Ed.), *Cotton Mill Industry (pp. 1867-1966)*. Bombay: Allied Publishers.
- Government of India. (1964, February). *Report of the Committee on the Distribution of Income and Levels of Living*. Retrieved from Planning Commission.
- Kindleberger, C. P. (1958). *Economic Development*. New York: McGraw-Hill.
- Lewis, W. A. (1955). *The Theory of Economic Growth*. Homewood (3rd ed.), Irwin.
- Mehta, M. M. (1955). *Structure of Indian Industries*. Bombay. Popular Book Depot.
- Mintz, S. W. (1967). *Peasant Society: A Reader*. In G. M. C. Foster, J. M. Potter & M. N. Diaz (Eds.), *Pratik: Haitian Personel Economic Relations*. Boston: Little Brown and Company.
- Radner, R. (1967). *Equilibre de Marches a Terme et au Comptant en Casd'Incertitude*, in *Cahiers d'Econometrie*. Centre National de la Recherche Scientifique, 12.
- Schultz, T. W. (1964). *The Economic Value of Education*. New York: Columbia University Press.
- See, M. J. & Levy, Jr. (1955). *Economic Growth: Brazil, India, Japan*. In S. Kuznets, W. E. Moore & J. J. Spengler (Eds.), *Contrasting Factors in the Modernization of China and Japan*. Durham, N. C.: Duke University Press.
- Skinner, G. W. (1967). *Peasant Society: A Reader*. In G. M. C. Foster, J. M. Potter & M. N. Diaz (Eds.), *Marketing and Social Structure in Rural China*. Boston: Little Brown and Company.
- Stigler, G. J. (1962). *Information in the Labor Market*. *The Journal of Political Economy*, 70(5), 94-105.
- The Times of India*, November 10, 1967.
- Tinker, H. (1966). *South Asia: A Short History*. New York: Praeger.
- Ward, B. (1960). *Cash or Credit Crops*. *Economic Development and Cultural Change*, 8(2), 148-163.
- Ward, B. (1967). *Peasant Society: A Reader*. In G. M. C. Foster, J. M. Potter & M. N. Diaz (Eds.), *Cash or Credit Crops*. Boston: Little Brown and Company.