

## Post Keynesyen Tüketici Tercih Teorisi

**Ethem ESEN<sup>1</sup>**  
Anadolu Üniversitesi

**S. Fatih KOSTAKOĞLU<sup>2</sup>**  
Anadolu Üniversitesi

### Öz

Post Keynesyen iktisatçılara göre bitmeyen Keynesyen devrimi tamamlamayı amaçlayan Post Keynesyen ekonomi, mikro ekonomik konulardan ziyade, daha çok makroekonomik konular üzerinde yoğunlaşmıştır. Dolayısıyla, Post Keynesyen ekonominin bir firma teorisi olmasına rağmen, Post Keynesyenler tarafından özellikle tüketici tercihi teorisi konusunda literatüre çok az katkı yapılmıştır. Post Keynesyenler tüketici tercihi teorisi ile ilgili literatürdeki gelişimi, tüketicilerin ihtiyaçları ve seçimleri doğrultusunda gerçek dünyadaki tüketici davranışlarını dikkate alarak sürdürmektedirler. Bu çalışmada Post Keynesyen tüketici tercihi teorisi ve ilkeleri ortaya konulacaktır. Ayrıca bu çalışma ileride yapılacak diğer çalışmalara öncülük edecektir.

### Anahtar Kelimeler:

Tüketici tercihi teorisi, Post Keynesyen ekonomi, Mikroekonomi

### JEL Kodları:

D11; E12

### Post Keynesian Consumer Choice Theory

Post Keynesian economics is that aims to complete unfinished Keynesian revolution as a Post Keynesian economists, concentrate mainly on macro economic issues more than micro economic issues. For this reason although Post Keynesian economics has a theory of firm, especially little contributions have been made on consumer choice theory. Post Keynesians maintain the development of literature about consumer theory, taking into account behaviours of consumers in the real world towards needs and choices of consumers. In this study, it is demonstrated Post Keynesian consumer choice theory and its principles. Also, this study leads further research in this topic.

### Keywords:

Consumer choice theory; Post Keynesian economics, Microeconomics

### JEL Codes:

D11; E12

---

<sup>1</sup>Ethem ESEN, Doç. Dr., Anadolu üniversitesi, Eskişehir

<sup>2</sup>S. Fatih KOSTAKOĞLU, Yrd. Doç. Dr., Anadolu üniversitesi, Eskişehir

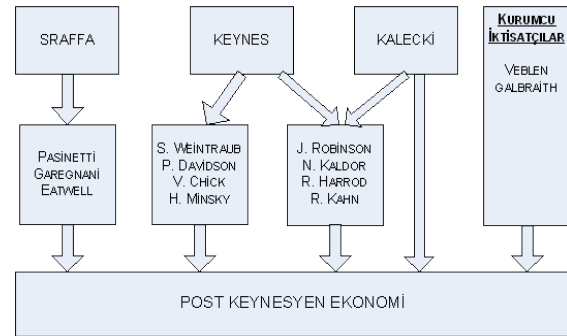
Keynesyen görüşün başlangıcı, 1929 Ekonomik Buhran'ın aşılması konusunda ortaya attığı görüşleri ile bilinen ünlü iktisatçı John Maynard Keynes'dir. Post Keynesyen okulun temelini de Keynes'in çalışmaları, özellikle de 1936 yılında yayımladığı "İstihdamın, Faizin ve Paranın Genel Teorisi" adlı kitabı oluşturmaktadır. Bu açıdan Post Keynesyen ekonominin temel amacı, Keynes tarafından oluşturulan ekonomik paradigmanın geliştirilmesi ve böylece bitmeyen Keynesyen devrimin tamamlanmasıdır. Bunu yaparken de Post Keynesyenler, gerçek ekonomik sorunlarla ilgilenmektedir. Diğer bir ifadeyle, Post Keynesyen ekonominin en önemli özelliklerinden biri gerçekçiliktir. Çünkü bireylerin yaşadığı gerçek dünyada belirsizlik hüküm sürmektedir ve ekonomik olayları açıklamak için oluşturulan ekonomik yaklaşımların da gerçeğe uygun olması gerekir. Post Keynesyen ekonomistler, mikroekonomi ile ilişkili konulardan ziyade daha çok makroekonomiye ilişkin konular üzerinde durmuşlardır. Bundan dolayı, Post Keynesyen ekonominin bir firma teorisi olmasına rağmen, özellikle tüketici tercihi teorisi gibi bazı konularda Post Keynesyenler tarafından literatüre yapılan katkılar oldukça azdır. Post Keynesyenler, tüketici teorisi ile ilgili literatürdeki gelişimi, tüketicilerin ihtiyaçları ve seçimleri doğrultusunda gerçek dünyadaki tüketici davranışlarını dikkate alarak sürdürmektedirler.

Bu çalışmada, literatürü çok az olan Post Keynesyen tüketici tercihi teorisi ele alınmıştır. Çalışmada, Post Keynesyen tüketici tercihi teorisinin temeli ve diğer okullardan farklılaştığı noktalar temel olarak yedi ilkeye dayandırılarak açıklanmaktadır. Çalışmanın ilk kısmında Post Keynesyen yaklaşımdan ve Post Keynesyen yaklaşımda ekonomik bireyin nasıl ele alındığından genel hatları ile bahsedilecektir. Ardından tüketici tercihine Post Keynesyen yaklaşım ele alınarak, Post Keynesyen tüketici tercihi teorisi, ilkeler vasıtasıyla açıklanacaktır.

## Post Keynesyen Yaklaşım ve Ekonomik Birey

Ortodoks ekonomik yaklaşıma bir alternatif olarak ortaya çıkan Post Keynesyen ekonomik yaklaşımın

temelleri Keynes, Kalecki ve onların takipçilerine dayanır (Chick, 1955:s. 20).Post Keynesyen ekonomik yaklaşımın gelişim sürecine bakıldığında tek bir kişi veya düşünceden ziyade çok sayıda iktisatçı ve düşüncenin etkisi olduğu görülür. Post Keynesyen ekonomik yaklaşımın bir düşünce ekolü olarak ortaya çıkmasında ve gelişmesinde katkısı olan iktisatçılar ve takipçileri Şekil 1 aracılığıyla ortaya konulmuştur.<sup>3</sup> Buna göre Post Keynesyen ekonominin heterojen bir yapısı vardır. Post Keynesyen ekonomide Keynes'in çalışmaları yanında, Keynes ile aynı dönemde yaşayan Michal Kalecki'nin çalışmalarının da önemli bir yeri vardır. Bu iki önemli iktisatçının çalışmalarından esinlenen J. Robinson ve N. Kaldor gibi Cambridge iktisatçılarından da Post Keynesyen ekonominin gelişiminde önemli katkıları olmuştur. Yine Keynes'i takip eden S. Weintraub ve onun öğrencisi olan P. Davidson da önemli katkılar yapan Post Keynesyenler'dir (Esen, 2007). Diğer bir katkı Sraffa aracılığıyla olmuştur. Sraffa'nın etkisiyle Pasinetti, Garegnani ve Eatwell, gibi iktisatçılar Post Keynesyen ekonominin gelişimine katkı vermişlerdir. Bunun yanında Kurumcu iktisatçıların da Post Keynesyen ekonominin gelişimine katkı verdikleri söylenebilir. Burada Veblen'in kurumsalcı geleneğinden gelen bir akım da, iki okul arasında sanki bir köprü görevi gören John Kenneth Galbraith'ın katkılarıyla Post Keynesyen ekonominin içine katılabilir.



Şekil 1: Post Keynesyen Ekonominin Gelişimi

Neo-klasik iktisadi yaklaşımda, ekonomik birimler verecekleri şimdiki ve gelecekteki kararları zaman içinde tek bir noktada alırlar. Bu bağlamda ekonomik

<sup>3</sup>Daha geniş bir bilgi için bkz. Hamouda ve Harcourt (1988) ve Arestis (1996)

birimlerin en azından uzun dönemde hata yapmaları varsayım olarak neredeyse yok denebilir. Bir başka deyişle, Neo Klasik iktisadi yaklaşım ekonomik birimlerinden biri olan insanların hata yapabileceğini kabul etmez. Bu açıdan bakıldığında Neo Klasik iktisadın temel varsayımı olan rasyonel birey, gelecekteki bütün olayları tahmin edebilir veya istatistiki verileri kullanarak mevcut bütün alternatifleri bilebilir veya bütün erişip sahip olduğu bilgileri kullanarak beklentilerini oluşturabilir (Lavoie,1992:s.11).

Post Keynesyen iktisatçılar, Neo klasik iktisadın insanları mekanik bir varlık olarak görmelerini eleştirirler.Post Keynesyenlere göre, belirsizlik altında ekonomik birimlerin karar mekanizmalarının altında yatan rasyonellik varsayımı önemli ve gerekli bir varsayımdır. Ancak Post Keynesyenler, Neo Klasik iktisadi modellerde yapılan rasyonellik varsayımının aşırı ve gerçeğe uygun olmadığını ileri sürerler. Post Keynesyenler, ekonomik birimlerin geleneksel anlamda aşırı olmayan ve gerçeğe uygun bir düzeyde rasyonaliteye sahip olduklarını ileri sürer. Post Keynesyen iktisadi yaklaşım, iktisadi süreçlere Neo Klasiklerin atomistik perspektifinin yerine, organik açıdan bakmaktadır. Neo Klasikler, iktisadi işlemleri atomistik bakış açısıyla ele almaktadırlar ve tüm bu süreçlerin indirgenebileceğini varsaymışlardır. Neo-Klasik iktisadi yaklaşım bireyi,kısıtlar altında faydasını maksimize eden mekanik bir ekonomik birim olarak tanımlayan rasyonel tercih çerçevesinde ele almaktadır (Downward, 2007:s. 635). Bunun tersine Post Keynesyen iktisadi yaklaşım ise ekonomik süreçleri organik bir bakışile analiz etmektedir. Post Keynesyenlere göre, insan doğası gereği ve davranış mekanizması açısından daha komplikedir. İktisadi açıdan bireyler atomistik varlıklardan ziyade sosyal bir varlık olarak kabul edilirler. Bireylerin gösterdikleri davranışlar, toplumsal veya grup düzeyinde sergilenen alışkanlıklara ve adetlere; yani geleneksel anlayışa uymaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bir ekonomik birim olarak bireyler etkileşimde oldukları diğer ekonomik birimlerin veya mensubu oldukları çevrenin gelenekselleşmiş tutum ve davranışlarından etkilenebilmektedir (Dow,1991:s.184-185). Bundan dolayı, Post Keynesyen

yaklaşım tarafından ortaya atılan bir tüketici tercihi teorisinin amacı, ideal bir tüketiciyi çerçevesi çizmek değildir. Post Keynesyen tüketici teorisinin asıl amacı, ekonomik birimlerin, özelde bireylerin davranışlarını daha gerçekçi bir açıdan ele almak ve bunları açıklamaya çalışmaktır.

## Tüketici Tercihine Post Keynesyen Yaklaşım

Post Keynesyen ekonomistler genel olarak daha çok makroekonomik alandaki çalışma yapmışlardır. Bunun yanında, mikroekonomi alanında, özellikle tüketici tercihi teorisi üzerine yapılan çalışmalar ise oldukça sınırlıdır ve halen gelişmeye ihtiyacı olan bir konu olarak ortada durmaktadır. İlki 1979'da yayınlanmış olmak üzere günümüze kadar Post Keynesyen iktisadi yaklaşım ile ilgili iki adet temel kılavuz (guide) kitap yayınlanmış (Eichner, 1979; Holt ve Pressman, 2001) olmasına rağmen; bu kitapların ikisinde de tüketici tercihi teorisine ilişkin herhangi açıklama bulunmamaktadır. Sadece, J.E. King'in editörlüğünü yaptığı çeşitli konular üzerine Post Keynesyen ekonominin görüşlerinin açıklandığı çok yazarlı çalışmada tüketici teorisine bir kısım ayrılmıştır.Bununla birlikte, tüketici teorisine olan bu ilgi azlığına karşın; Joan Robinson, Luigi Pasinetti, Edward Nell, Philip Arestis ve Alfred Eichner gibi tanınan Post Keynesyenlerin çalışmalarında Post Keynesyen tüketici teorisine ilişkin çeşitli görüşler gözlemlenmektedir. Bu görüşler tüketici tercihleri üzerindedir ve büyük ölçüde tutarlılık göstermekte ve Post Keynesyen teoriye uymaktadır (Lavoie, 2004:s. 640). Drakopoulos'a göre (1992b), Keynes'in görüşlerinde de heterodoks bir tüketici tercihi teorisinin varlığı mevcuttur.

Post Keynesyen tüketici teorisi ile ilgili literatürdeki çalışmalar incelendiğinde; en önemli katkıların Earl (1983; 1986), Eichner (1987), Drakopoulos (1990; 1992a; 1992b; 1994; 1999), Lavoie (1992; 1994; 2004; 2005a; 2005b) tarafından yapıldığı görülmektedir. Post Keynesyen tüketici teorisine yapılan diğer spesifik katkıların izleri ise Hanmer ve Akram-Lodhi (1998), Lah ve Susjan (1999)'da bulunabilir.Bununla birlikte Lavoie'e göre (2004: s. 640), Post Keynesyen tüketici teorisinin ne olduğu üzerine olan ilk makale,

heterodoks ekonomi ile ilişkisi olmayan Roy (1943) tarafından yazılmıştır.

Roy (1943), Post Keynesyen bir tüketici teorisinin esasını oluşturabilecek birkaç önerme ortaya koymuştur ve bu önermeler Post Keynesyen teori ile bütünüyle uyum göstermektedir (Lavoie 2004). Örneğin; Roy, tüketici tercihlerinin (talebinin), malların fiyatlarını açıkladığını kabul etmeyerek, Neo-klasik kıtlığa dayanan değer görüşünü reddetmektedir. Benzer şekilde, farklılık eğrilerinin genelleştirilmiş kullanımını da kabul etmemektedir. Çünkü böyle bir gösterim biçimi, insan ihtiyaçlarının gerçekçi bir gösterimi değildir. Roy'a göre (1943), mallar bir dereceye kadar ortak özellikleri ile mal gruplarına ayrılabilir. İkame etkileri bir grup içinde önemli rol oynayabilir; fakat gruplar arasında önemli bir rol oynamamaktadır. Bunun yanında Roy, bu grupların bir hiyerarşi içinde düzenlenebileceğini ve çoğu zorunlu ihtiyaçların dereceli olarak giderildikçe ve tüketicilerin gelirleri arttıkça, bir mal grubundan diğerine geçebileceklerini düşünmektedir. Merkez (ana) gruplarda olan malların (temel ihtiyaçlar) fiyatlarındaki değişmelerin, çevre malların veya isteğe bağlı grupların (lüks mallar) talebi üzerinde bir etkisi olacaktır. Fakat isteğe bağlı gruplarda olan malların fiyatlarındaki değişmelerin ise, merkez (ana) grupların mallarına olan talep üzerinde herhangi bir etkisi olmayacaktır. Sonuç olarak Post Keynesyen tüketici teorisi, faydanın ya da isteklerin içsel olduğunu varsayar ve bununla birlikte tüketim davranışı hiyerarşiktir. (Downward, 2007:s. 636).

Post Keynesyen ekonomistler mikro iktisatta sıklıkla kullanılan ikame kavramının ilkeselliğinin genel geçerliliği konusunda şüphe duymaktadırlar. Bu şüphe, üretim teorisi açısından üretim faktörlerinin ikame edilebilir olmalarından ziyade genellikle tamamlayıcı oldukları ve birçok optimal sonuçların üretim faktörlerinin birlikte kullanılması temelinde olduğu gözleminden dolayıdır (Lavoie, 2004). Post Keynesyenler için ikame etkisine ilkesi duyulan bu şüphe tüketici teorisi alanında da geçerliliğini korumaktadır. Post Keynesyenlere göre, tüketici tercihleri bağlamında gelir etkisi ikame etkisine göre daha önemli ve etkilidir (Arestis, 1992: s. 124). Çünkü hanhalklarının, yani tüketicilerin mal talebi

tercihlerinde ikame etkisi sadece aynı ihtiyacı tatmin eden ve birbiri yerine kullanılabilen mallar için uygun olabilir. Bunun dışında, bütün mallar veya tercihler için ikame etkisinin gelir etkisine göre daha önemli olduğunu şeklinde bir genelleme yapmak doğru değildir.

### Post Keynesyen Tüketici Tercih İlkeleri

Roy'un görüşleri (1943) ile Post Keynesyen tüketici tercihi teorisinin genel temeli arasında yakın bir bağlantı vardır. Bu çalışmada, Post Keynesyen tüketici tercihi teorisinin temel yapısı ve gelişimi, özellikle Roy 'a (1943) dayanan, Lavoie'nin ve Drakopoulos'un çalışmaları doğrultusunda ilkeler şeklinde ifade edilecektir.

Teorinin temeline ilişkin, yedi ilke (Drakopoulos, 1999, Lavoie, 1994; 2004; 2005a; 2005b) şu şekildedir:

- (i) İşlemsel rasyonellik (sınırlandırılmış rasyonellik) ilkesi,
- (ii) Tatmin edilebilir ihtiyaçlar ilkesi,
- (iii) İhtiyaçların ayrılabilirliği ilkesi,
- (iv) İhtiyaçların hiyerarşisi ilkesi,
- (v) İhtiyaçların artması ilkesi,
- (vi) Bağımsız olmama (non-independence) ilkesi,
- (vii) Kalıtımsallık ilkesi

### İşlemsel Rasyonellik İlkesi

H. Simon (1959; 1976) tarafından önerilen ve sınırlandırılmış rasyonellik olarak da adlandırılan işlemsel rasyonellik ilkesi, eksik bilginin ve aşırı bilgi yükünün olduğu bir ortamın mevcudiyetine rağmen birimlerin, hızlı ve etkin kararlar almalarını sağlayacak kurallar ve prosedürlerin dizayn edildiklerini öne sürmektedir. Bu kuralların çoğu, tazmin edilemezlik prosedürüne dayanmaktadır. Burada sadece belirli bir asgariye (eşiğe) ulaşmalarını sağlayacak bazı unsurlar veya olası bir tanesi dikkate alınacaktır. Böylece, belirli bir hedefe ilerlenecektir. Kurallar çoğunlukla hiyerarşik bir düzenleme üzerine dayandırılmıştır (Lavoie, 2004:s. 643).

Bu ilkeyi kabul eden Post Keynesyenlere göre, rasyonellik esasen belirsiz olan gelecek tarafından

sınırlandırılmıştır. Böyle bir rasyonellik anlayışı, Neo-klasik ekonomide varsayılan ekonomik birimlerin kararlarının optimizasyon yoluyla biçimlendirileceği görüşünü reddetmektedir. Sınırlı bilgi, ortadan kaldırılamayan belirsizlik ve sınırlı sayısal yetenekler rasyonalite altında ulaşılabilecek optimal davranış varsayımını zayıflatmaktadır (Drakopoulos, 1999: s. 887). Bununla birlikte, işlemsel rasyonaliteye sahip birimlerin kararlarında beklenen fayda teorisine göre davranmamaları onların hata yapabilen birimler olduğu anlamına gelmemektedir. Sınırlı bilgi, zaman kısıtları ve temel belirsizlik ile biçimlendirilmiş çevreye verilecek işlemsel tepkiler tek mantıklı cevaptır. Aynı zamanda buna mantıklı rasyonellik ilkesi (principle of reasonable rationality) de denilebilir. Teorinin amacı, ideal bir tüketiciyi tanımlamak olmamalı; daha ziyade amaç, gerçekçi davranışları açıklamak olmalıdır (Lavoie, 2004: s. 643).

Özetle bu ilke, eksik bilginin ve aşırı bilgi yükünün olduğu bir ortamda birimlerin (veya bireylerin) karmaşık hesaplamalardan ve düşüncelerden kaçındıklarını ve bu nedenle de hızlı ve etkin kararlar alırken birçok kararlarını pratikteki kurallara, geleneklere ve alışkanlıklarına dayandırarak aldıklarını ifade eder.

### **Tatmin Edilebilir İhtiyaçlar İlkesi**

Tatmin edilebilir ihtiyaçlar ilkesi, Neo-Klasik tüketici teorisinin azalan marjinal fayda kavramına (veya onun tatmin edilemez ilkesi) benzetilebilir. Fakat Post Keynesyen tüketici teorisinde tatmin, pozitif fiyatlar ve sonlu gelir altında ortaya çıkmaktadır. Bunun ötesinde bir malın veya onun niteliğinin tüketicisine hiçbir memnuniyet sağlamayabileceği, tüketimin eşik (basamak) düzeyleri vardır. Eşiğin ötesinde, fiyatının bir önemi olmaksızın daha fazla mal satın alınmayacaktır (Lavoie, 1994: s. 546; 2004: s. 643). Diğer bir ifadeyle, bir ihtiyacın karşılandığı bir eşik düzeyinin ötesinde, talep edilen ilave mal birimleri hiçbir tatmin sağlamamaktadır.

Lutz ve Lux (1979)'un ileri sürdüğü gibi, istekler dikkatli bir şekilde ihtiyaçlardan ayrılmalıdır. Lutz ve Lux (1979), bir ihtiyaçlar hiyerarşisi olduğunu ifade etmektedir. Bu hiyerarşide, bazı ihtiyaçlar diğerlerine göre daha temel ihtiyaçlardır ve bu ihtiyaçların

giderilme önceliği vardır (Drakopoulos, 1999; Lavoie, 2004). Bu bağlamda, bütün ihtiyaçlar eşit değildir. Bazı ihtiyaçlar diğerlerine göre daha erken giderilmek zorundadır. İhtiyaçlar bir hiyerarşi sınıflandırmasına tabidir ve tüketici davranışlarının harekete geçirici etkenidir (Lavoie, 2004). İstekler ise ihtiyaçlardan gelişir. İstekler, birbirlerinin yerine ikame edilebilirler ve genel bir kategori veya ihtiyaç düzeyi içindeki çeşitli tercihleri oluşturmaktadırlar (Lutz ve Lux, 1979:s. 21).

### **İhtiyaçların Ayrılabilirliği İlkesi**

İhtiyaçların ayrılabilirliği ilkesi, ihtiyaçların veya harcamaların kategorilerinin birbirinden ayrılabilirliğini ifade etmektedir. Neo-Klasik yaklaşım ayrılabilir ihtiyaçların varlığını, tam olarak fayda fonksiyonunun ayrılabilirliği gibi bir yaklaşımla tanımaktadır (Drakopoulos, 1999: 888). İhtiyaçların ayrılabilirliği ilkesi, geniş harcama kategorilerinin ayrı bir şekilde genel fayda fonksiyonuna girdiğini varsayan tüketici talebinin çokça kullanılan ekonometrik modelleri yoluyla izah edilebilir. İlke, bir malın sahip olduğu özelliklerin spesifik bir ihtiyaca tekabül ettiği Lancaster'ın (1972) teorisi ile ilişkilendirilebilir (Drakopoulos, 1999: s. 888; Lavoie, 1994: s. 547; 2004: s. 644).

İhtiyaçların ayrılabilirliği ilkesi, tüketicilere karar verme sürecini daha küçük çok aşamalı kararlar serisine ayırma imkanı tanımaktadır. Bu ilkeye göre, tüketici ilk olarak ihtiyaçları arasında bütçesinin bir tahsisini yapar ve daha sonra çeşitli istekler veya her bir ihtiyacın alt grupları arasında diğer ihtiyaçların ne olduğunu önemsemeksizin bu tahsisi harcar (Lavoie, 1994: s. 548). Belirli bir istekler kategorisi içindeki malların nispi fiyatlarındaki değişiklikler, çeşitli ihtiyaçlar arasındaki bütçe tahsisi üzerinde bir etki yaratmazken; belirli bir ihtiyaçla ilgili bir mal grubunun genel fiyatlarındaki bir azalmanın, bütün ihtiyaçların bütçe tahsisi üzerinde yansımaları olacaktır. İhtiyaçların ayrılabilirliği ilkesi temel olarak mallar arasında ikame derecesinin oldukça kısıtlı olduğunu ifade etmektedir. Bu bakımdan ilke, Neo-klasik fiyat ikamesi ilkesi üzerine önemli sınırlamalar koymaktadır. Çünkü ayrılabilirlik, farklı gruptaki

mallar arasında ikame edilebilirlik derecesini önemli bir biçimde sınırlamaktadır (Lavoie, 2004:s. 644)

Ampirik bulgular, tüketim harcamalarının genel kategorilerinin, düşük fiyat esnekliklerine ve çapraz esnekliklere sahip olduğunu göstermektedir. Eichner (1987: s. 656), bu esnekliklerin çoğunun sıfırdan önemli şekilde farklı olmadığını işaret etmektedir (Lavoie, 2004: s. 644)

### İhtiyaçların Hiyerarşisi İlkesi

Dördüncü ilke olan ihtiyaçların hiyerarşisi ilkesi, ihtiyaçların ayrılabilir olduğu durumda, ihtiyaçların aşağıya doğru olduğunu veya diğer bir ifadeyle ihtiyaçların hiyerarşik bir yapı gösterdiğini ifade etmektedir. Bu ihtiyaçlar hiyerarşisi içinde tüketici ihtiyaçlarında ve bu nedenle malların ve hizmetlerin grupları arasında belirli bir şekilde bir öncelik sıralaması vardır. Bu durum, reel ücretler arttıkça kendini göstermektedir (Pasinetti, 1981: s. 73). Bu ilkeye göre fayda, bütün fayda ölçütlerini kapsayan tek bir çatı altında gösterilemez. İhtiyaçların bağımsız olmaması ilkesi, çoğunlukla hümanist okul tarafından açıklanmış olan ihtiyaçlar piramidi(ihtiyaçlar hiyerarşisi) kavramı ile ilişkilendirilebilir (Lutz ve Lux, 1979). Ayrılabilirlik ve bağımsız olmama ilkelerinin birleşimi, Georgescu-Roegen'in (1954) indirgenemezlik(irreducibility) ilkesini çağrıştırmaktadır ve buna göre, ihtiyaçlar indirgenemez veya diğer bir ifadeyle azaltılamazlar(Lavoie, 2004: s. 644).

Fayda-ağacı analizinde, ilk aşamadaki bütçeleme sorunu; paranın ilk olarak zorunlu ihtiyaçlara tahsis edileceği ve daha sonra ise isteğe bağlı (keyfi) ihtiyaçlara tahsis edileceği varsayımı yapılarak çözümlenmektedir. Zorunlu ihtiyaçlara ve isteğe bağlı ihtiyaçlara paylaştırılmış olan bütçe kategorileri arasında hiçbir ikame yoktur. İhtiyaçlar ayrılabilir ve en temel ihtiyaçlar eşik değerlerinde tatmin edilene kadar, öncelik sırasına göre ilk olarak dikkate alınır.Ortak özellikleri olmayan veya çok az olan mallar, fiyatlarındaki değişiklikler dikkate alınmaksızın, satın alma kararları verilirken çoğunlukla sözlüksel olarak sıraya dizilmektedirler. Burada tüketiciler, temel harcama kategorileri temelinde ürünleri elimine etmektedirler. Benzer

şekilde Sippel (1997: s. 1439'den aktaran: Lavoie, 2004: s. 645), bazı mallar için marka tercihinin olduğunu; bunun yanında düşük fiyatlarda olsa bile, diğer malların hiçbir şekilde seçilmediğini ortaya koymuştur. Alışılmış ikame durumu, çoğunlukla aynı istekleri gideren malların varlığında ortaya çıkmaktadır. Örneğin, tereyağ ve katı yağ gibi. Bunun yanında tüketiciler, yüksek (daha ileri) ihtiyaçları gideren malların fiyatları ile ilgili herhangi bir şey bilmezler. Dolayısıyla, tüketiciler elde edemeyecekleri veya tatmin düzeylerinin ötesinde olan alternatifleri derecelendirmeye almazlar (Drakopoulos, 1994).

Neo-klasik yazarlar, ihtiyaçların hiyerarşisi ilkesini kabul etmezler. Çünkü ihtiyaçların indirgenemezliği, Neo-Klasik teorinin ikame etkisinin tam olarak uygulanmasını engellemektedir. İndirgenemez ihtiyaçlar, ihtiyaçların mukayese edilemez (karşılaştırılmaz) olduğu anlamına gelmektedir ve bu nedenle, bu ilkeye göre, her şeyin bir fiyatı yoktur. Bundan dolayı mallar arasında bir değişim (trade-off) her zaman mümkün değildir.

### İhtiyaçların Büyümesi İlkesi

İhtiyaçlar piramidinin basamaklarında tüketiciler, merkezi yere sahip olan temel ihtiyaçlardan daha yüksek çevredeki (ikincil) ihtiyaçlara doğru hareket ederler. İhtiyaçların büyümesi ilkesi, bireylerin daha düşük düzeydeki ihtiyaçları aşamalı olarak giderildikçe, bireylerin ihtiyaçlarının büyüyeceğini ifade etmektedir (Drakopoulos, 1999). Hiyerarşideki yukarıya doğru olan bu hareket, gelir etkilerinden dolayıdır. Temel düşünce aynı olmak üzere Joan Robinson, tüketicilerin hiyerarşide aşağıya doğru indiklerini ve bu inişte temel veya asgari geçimini sürdürecektir ihtiyaçlar önceliğe sahip iken; isteğe bağlı (keyfi) ihtiyaçların ise daha az önceliği olduğunu ifade etmektedir (Lavoie, 2004: s. 646).Buna bağlı olarak, bir ailenin reel gelirindeki bir artış, aynı düzeydeki her şeyden biraz daha fazla alınmasına tahsis edilmeyecek; hiyerarşideki aşağıya doğru olan inişe tahsis edilecektir (Robinson, 1956: s. 354). Bu nedenle, gelir etkisi önem taşımaktadır; çünkü daha düşük ihtiyaçlardan daha yüksek ihtiyaçlara gitmek için reel gelirden bir artış gereklidir. Böylece mallar üzerine olan

harcamalardaki değişikliği açıklamada, gelir etkileri ikame etkilerinden daha önemlidir.

Bir ihtiyaç giderildiğinde veya bu ihtiyaç için olan eşik düzeyine ulaşıldığında, bireyler daha yüksek bir düzeyde olan ihtiyaçlara geçerler. Her zaman için giderilecek olan yeni ihtiyaçlar mevcuttur. Eğer henüz böyle bir ihtiyaç yoksa tüketiciler bunları yenilik yoluyla yaratacaklardır. Ancak, bu durum zaman alabilecektir. Bununla birlikte, ihtiyaçların yerine getirilebilmesi için çoğunlukla gelir gereklidir. Bir ihtiyaç düzeyinden diğerine geçmek, bireyin reel gelir düzeyinde bir artışı gerektirmektedir. Yeni ihtiyaçları yerine getirme (tamamlama) ve bu nedenle yeni malları veya yeni hizmetleri satın alma, gelir etkileri ile ilişkilidir. Benzer mallar veya aynı istekleri yerine getiren mallarda, ikame etkisi tüketici davranışının statik analizinde sadece ikinci derece bir rol oynar. Yani, nispi fiyatlardaki değişikliklerin, reel gelir üzerinde ve ihtiyaçlar arasındaki bütçe tahsisi üzerinde etkisi vardır (Lavoie, 1994; 2004).

## Bağımsız Olmama ve Kalıtımsallık İlkeleri

Altıncı ve yedinci ilkeler bağımsız olmama ve kalıtımsallık ilkeleridir. Bağımsız olmama ilkesi, kararların ve tercihlerin diğer ekonomik birimlerden bağımsız olarak verilemeyeceğini ifade etmektedir. Özellikle, aynı gelirleri olan tüketiciler aynı eşiktedirler ve ihtiyaçlarını aynı sıra içinde gidermektedirler. Bu nedenle, tüketiciler daha yüksek bir toplumsal tabakaya veya kendi referans gruplarına özendikçe tüketim normları, geçmiş standartlara ve taklide dayanacaktır (Eichner, 1986'den aktaran: Drakopoulos, 1999).

Gerçek dünyada tüketiciler diğer tüketicileri izlemekte ve onların davranışlarını kopya etmektedirler. Dolayısıyla, tercihler doğuştan değildir ve deneyimler, arkadaşların veya tüketiciler hiyerarşisinde daha yüksek kademe olan insanların tüketim örüntüleri örnek alınarak edinilir. Reklamların ve modanın, bireysel tüketicilerin yaptığı seçimler üzerinde etkileri vardır (Lavoie, 2005c: s.77). Belirli ürünlerin çokça satılması reaksiyonuna yol açan moda, komşuların, akrabaların, arkadaşların veya tanıdıkların

bilgilendirici tüketim hoşnutluğu yoluyla açıklanabilir. Satın alma faaliyeti üzerine olan sosyo-ekonomik ilişkinin etkisi, "talep kompozisyonu sosyo-ekonomik sınıflara bağlıdır", görüşünü desteklemektedir. Kararlar ve tercihler, diğer birimlerden bağımsız olarak alınmaz. Bir hanehalkının tüketim örüntüsü, onun toplumsal referans grubunu oluşturan diğer hanehalklarının yaşam tarzını yansıtacaktır (Lavoie, 2004).

Bağımsız olmama ilkesi kavramı, bunu bağlı olma etkisi olarak adlandıran Galbraith (1958)'a atfedilmelidir. Fakat tabii ki, Veblen, Duesenberry ve Leibenstein ve onların snop ve etkileşimli talep (bandwagon) etkilerinden esinlenen gösterişçi tüketim ve yaşam biçimi üzerine olan çok miktarda sosyo-ekonomik çalışmalar ile de ilişkilendirilmelidir. Seçimler, diğerlerinin seçimlerine bağlıdır ve bu diğerlerine göre olan zenginlik ve tüketim, bizim tatmin derecemizin temel bir bileşenidir (Lavoie, 2004).

Kalıtımsallık ilkesi, tarihsel zamanı tüketicilerin seçim teorisine dâhil etmiştir. Bu bir çeşit patika bağımlılığıdır (path dependence). Bu çerçevede seçim teorisi, insan doğasının karmaşık yönlerini yansıtmaktadır. Bu ilkeye göre, geçmişteki seçimler (tercihler), şimdiki seçimleri etkileyecektir. Dolayısıyla, geçmişten gelen alışkanlıkların ve içinde yaşanan toplumun adetlerinin tüketicilerin tercihlerinde önemli rolleri vardır (Lavoie, 2005c; 2005b).

## Sonuç

Keynes ve takipçilerinin çalışma alanı sadece makroekonomi değildir. Post Keynesyen iktisatçıların mikroekonomi üzerine çeşitli çalışmaları olmasına rağmen, Post Keynesyenler tarafından özellikle tüketici tercihi teorisine literatürde çok az katkı yapılmıştır. Bu çalışmada Post Keynesyen tüketici tercihi teorisi ele alınmıştır. Tüketici tercihi teorisine Post Keynesyen yaklaşımı Neo Klasik yaklaşımdan ayıran önemli bir nokta, ikame ve gelir etkilerine bakış açıdır. Malların veya üretim faktörlerinin fiyat değişimi sonucu ortaya çıkan etkilerin analiz edilmesinde kullanılan ikame ve gelir etkileri ayrımı noktasında Post Keynesyen tüketici tercihi teorisi, ikame etkisinden ziyade gelir etkisinin daha baskın olduğunu ileri sürmektedir. Çünkü tüketicilerin mal

talebi tercihlerinde ikame etkisi sadece aynı ihtiyacı tatmin eden ve birbiri yerine kullanılabilen mallar için uygun olabilir. Diğer mallar için ikame etkisinin pek bir anlamının olmadığını ileri sürerler.

Post Keynesyen tüketici tercihi teorisini, Neo Klasik yaklaşımdan ayıran bir diğer nokta, bireylerin rasyonelite düzeyidir. Neo Klasik ekolün ileri sürdüğü mutlak rasyonellik ilkesi Post Keynesyen tüketici tercihi teorisinde reddedilmektedir. Post Keynesyenlere göre, eksik bilgi ve belirsizlik altında mutlak rasyoneliteden bahsedilemez. Ekonomik birimlerin karar alma süreçlerinde gelenekler ve alışkanlıklar etkilidir. Yani, Post Keynesyen tüketici teorisi makul düzeyde bir rasyonelliği kabul etmekte, ideal tüketiciden ziyade gerçekte var olan tüketiciyi ele almaktadır.

Bu çalışmada Post Keynesyen tüketici teorisinin temeli ve diğer okullardan farklılaştığı noktalar, yedi ilkeye dayandırılmaktadır. Bu yedi ilke: İşlemsel rasyonellik ilkesi, tatmin edilebilir ihtiyaçlar ilkesi, ihtiyaçların ayrılabilirliği ilkesi, ihtiyaçların hiyerarşisi ilkesi, ihtiyaçların artması ilkesi, bağımsız olmama (non-independence) ve kalıtımsallık ilkeleridir.

Bu çalışma Türkçe literatürde Post Keynesyen tüketici tercihi teorisi üzerine yapılan ilk çalışma olması nedeniyle önemlidir. Çalışmada, sınırlı uluslararası literatürden faydalanılarak tüketici tercihi teorisine Post Keynesyen yaklaşım, Post Keynesyen tüketici tercihi ilkeleri vasıtasıyla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu yönüyle çalışma, gelecekte yapılacak teorik ve ampirik çalışmalar için yol gösterici olabilecektir.

### Kaynakça

Arestis, P. (1992). *The Post-Keynesian Approach To Economics*. Aldershot: Edward Elgar.

Arestis, P. (1996). *Post-Keynesian Economics: Toward Coherence*. Cambridge Journal Of Economics. 20.

Chick, V. (1995). *Is There A Case for Post Keynesian Economics?*. Scottish Journal Of Economy. 42(1).

Dow, S. (1991). *The Post-Keynesian School*. In Douglas Mair & Anne G. Miller (Eds.), *A Modern Guide To Macroeconomic Thought*. Aldershot: Edward Elgar Publishing.

Downward, P. (2007). *Exploring The Economic Choice To Participate In Sport: Result From The 2002 General Household Survey*. International Review Of Applied Economics, 21(5), 633-653.

Drakopoulos, S. A. (1990). *The İmplicit Psychology Of The Theory Of The Rational Consumer*. Australian Economic Papers, 29, 182-198.

Drakopoulos, S. A. (1992a). *Psychological Thresholds, Demand And Price Rigidity*. Manchester School Of Economics And Social Studies, 40, 152-168.

Drakopoulos, S. A. (1992b). *Keynes' Economic Thought and the Theory of Consumer Behaviour*. Scottish Journal of Political Economy, 39, 318-336.

Drakopoulos, S. A. (1994). *Hierarchical Choice In Economics*. Journal Of Economicsurveys, 8(2), 133-153.

Drakopoulos, S. A. (1999). *Post-Keynesian Choice Theory*. In O'Hara, P. A. (Eds.) *Encyclopedia of Political Economy* (vol. 2). London: Routledge.

Earl, P. E. (1983). *The Economic Imagination: Towards A Behavioural Analysis Of Choice*. Armonk: M.E. Sharpe.

Earl, P. E. (1986). *Life Style Economics: Consumer Behaviour In A Turbulent World*. Brighton, UK: Wheatsheaf.

Eichner, A. S. (Ed.). (1979). *A Guide To Post-Keynesian Economics*. White Plains. New York: M.E. Sharpe.

Eichner, A. S. (1986). *Toward A New Economics: Essays In Post-Keynesian And Institutional Theory*. London: Macmillan.

Eichner, A. S. (1987). *The Macro Dynamics Of Advanced Market Economies*. Armonk: M.E. Sharpe.

Esen, E. (2007). *Post Keynesyen İstihdam Analizi Ve Türkiye Uygulaması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Georgescu-Roegen, N. (1954). *Choice, Expectations And Measurability*. Quarterly Journal Of Economics, 48, 503-534.

Hamouda, O. F. ve Harcourt, G. C. (1988). *Post Keynesianism: From Criticism To Coherence?*. Bulletin Of Economic Research. 40:1.

Hanmer, L. C. ve Akram-Lodhi, A. H. (1998). *In The House Of The Spirits: Toward A Post Keynesian Theory Of The Household?*. Journal Of Post Keynesian Economics, Vol. 20, No. 3: 415-433.

Holt, R. ve Pressman, S. (2001). *What is Post Keynesian Economics. A New Guide To Post Keynesian Economics*. London: Routledge.

King, J. E. (2003). *The Elgar Companion To Post Keynesian Economics*. Cheltenham: Edward Elgar.

Lah, M. ve Susjan, A. (1999). *Rationality Of Transitional Consumers: A Post Keynesian View*. Journal Of Post Keynesian Economics, 21(4), 589-602.

Lancaster, K. (1972). *Consumer Demand: A New Approach*. New York: Columbia University Press.

Lavoie, M. (1992). *Foundations Of Post-Keynesian Economic Analysis*. Aldershot: Edward Elgar.



Lavoie, M. (1994). A Post Keynesian Approach To Consumer Choice. *Journal Of Post Keynesian Economics*, 16(4), 539–562.

Lavoie, M. (2005a). Ren roy, These Parability And Subordination Of Needs And Post Keynesian Consumer Theory. *History Of Economics Review*, June 22: 45-49.

Lavoie, M. (2005b). Post-Keynesian Consumer Choice The Oryandecological Economics.

<http://aix1.uottawa.ca/~robinson/Lavoie/Working/5pap.pdf>.

Lavoie, M. (2005c). Post-Keynesian Consumer Choice Theory For The Economics Of Sustainable Forest Management. Inkant, S. Ve Berry, R. A. (Eds.) *Economics, Sustainability And Naturalre Sources: Economics Of Sustainable Forest Management*. Netherlands: Springer.

Lutz, M. A. ve Lux, K. (1979). *The Challenge Of Humanistic Economics*. Menlo Park: Benjamin/Cummings.

Pasinetti, L. L. (1981). *Structural Change And Economic Growth*. Cambridge: Cambridge University Press.

Robinson, J. (1956). *The Accumulation Of Capital*. London: Macmillan.

Simon, H. A. (1959). Theories Of Decision-Making In Economics And Behavioral Science. *The American Economic Review*, 49(3): 253-283.

Simon, H. A. (1976). From Substantive To Procedural Rationality. Inlatsis, S. J. (Eds.) *Method And Appraisal In Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Sippel, R. (1997). An Experiment On The Pure Theory Of Consumer's Behaviour. *Economic Journal*, 107: 1431–1444.