

ENGELLİ MAL OLARAK SOYUT MALLAR¹

Sinan Alçın²

ÖZET

Soyut mallar (Intangible Goods) fiziki malların aksine dokunulamayan mallardır. Hızla gelişen Enformasyon Teknolojileri (IT) nedeniyle soyut malların toplam tüketim içerisindeki payı giderek artmaktadır. Elektronik ortamda depolanıp satılan görüntü ve ses dosyalarından yazılımlara ve çok sayıda güvenlik programından cep telefonu kontörüne kadar birçok mal soyut mallara örnektir.

İktisat yazınında soyut malların bu hızlı gelişimi kendisine “iktisadi mal” tanımında ve “kamu malları” konusunda bir karşılık bulmuştur. Erken dönem iktisat ders kitaplarında “İnsan ihtiyacını karşılama özelliğine sahip; elle tutulan, gözle görülen, bir yerden başka bir yere taşınan ve bölünebilen fiziki varlıklardır” tanımı yerine “insan ihtiyaçlarını karşılama özelliğine sahip üretilmiş ‘şey’lerdir” ifadesi kullanılmaya başlamıştır. Buradaki “şey” üstü örtülü biçimde fiziki bir varlığı tanımlıyor gibi gözükse de esas itibarıyla iktisadi malların depolanabilirliğini anlatmaktadır. Depolanabilirlik aynı zamanda iktisadi malların –hizmetten farklı olarak- tüketimini zamandan koparabilmektedir.

Soyut malların “kamusal mal” özelliği gösterdiği durumlar ise özellikle “bilginin yayını” ve “üretim maliyetleri” üzerinden tartışılmaktadır. Bu tartışmanın bir yönünü de patent ve telif hakları ile uluslararası tahkim konuları oluşturmaktadır.

Bu çalışmada genel olarak mal tanımı ve özelde de “soyut malların” temel niteliklerinin betimlenmesinden sonra “soyut bir mal tek başına kullanılabilir mi?” sorusu üzerinden yeni bir mal tanımlamasının (engelli mal) gerekliliği tartışılmaktadır.

Anahtar kelimeler: Mal, Hizmet, Soyut Mallar

JEL: D01, D11, O31

AS DISABLED GOOD: INTANGIBLE GOODS

ABSTRACT

Unlike physical goods, intangible goods are the goods which cannot be touched. Due to fast growing information technologies, the share of intangible goods within total consumption increases gradually. From image and sound files stored and sold in electronic environment, to software and from a large number of security programs to cell phone prepaid minutes, many goods are examples of intangible goods.

The rapid emergence of these intangible goods has found place itself in the definitions of “economy goods” and “public goods” in the economy literature. In the early textbooks of economics, “the economy good” was defined as a visible, tangible, transportable and divisible physical entity which is produced to satisfy human needs”. This definition has been replaced in the recent textbooks by the new definition that “the produced “things” which can satisfy human needs”. Although the word

¹ Bu makale Anadolu Üniversitesi tarafından 19-21 Haziran 2013 tarihlerinde düzenlenen Econanadolu 2013 Kongresinde sunulmuş bildirinin kongre sırasındaki eleştiri ve öneriler dikakate alınmak suretiyle yeniden düzenlenmiş halidir.

² Doç. Dr. , TC İstanbul Kültür Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Ataköy Yerleşkesi, Bakırköy-İstanbul 34156, +90 212 4984153, s.alcin@iku.edu.tr

“thing” seems to represent the physical presence of the economy goods, in reality it points out their storability. In addition, storability releases the economy goods from time constraints differently from service goods.

The cases, in which the intangible goods exhibit public goods behavior, are discussed in the light of the concepts of “publishing knowledge” and “production costs” in the literature. Another aspect of this debate emerges as patent and copyrights as well as international arbitration issues.

In this study, the necessity of a new definition for “good” (disabled good) will be discussed in the light of the debate around the question that “whether an intangible good can be used alone?” This debate will be pursued on the theoretical ground which is provided by the general definition of good and fundamental properties of intangible goods.

Key Words: Goods, Service, Intangible Goods

JEL Code: D01, D11, O31

1. GİRİŞ

Toplumların içinde yaşadıkları üretim koşulları değiştiğinde, üretime konu olan mal ve hizmetlerde de değişim ortaya çıkmaktadır. İlkel toplumlarda tarım ile başlayan üretim süreci yerini aletli üretime (atölye tarzı üretim) ve ardından da makinalı üretim biçimine (fabrika tarzı üretim) bırakmıştır. Makinalarla fabrikada gerçekleşen üretim aynı zamanda kapitalist üretim biçiminin de ayırt edici niteliğini ortaya çıkarmıştır. Ülkelerin sahip olduğu güç ve zenginlik de üretim biçimiyle doğrudan ilintilidir. Tarımsal üretimin egemen olduğu toplumsal dönemlerde (ilkel toplumun toplayıcılık ve avcılıktan sonraki dönemi, köleci toplum dönemi ve feodal toplum dönemi) güç simgesi sahip olunan verimli arazilerle ölçülürken, sanayi kapitalizminin geçerli olduğu toplumlarda sinai ürün üretme kapasitesi ülkelerin gücünü simgeler hale gelmiştir.

Kapitalizmin *altın çağı* olarak kabul edilen 1945-1973 arasında uygulanan Keynesyen talep yönlü politikalar ve kitlesel üretimin –Fordist yöntemler ile- yaygın hale gelmesi, sanayi tipi tüketim mallarının yaygınlaşmasına neden olmuştur. 1960’ların sonlarına doğru ortaya çıkmaya başlayan kar oranlarında düşme eğilimi, üretimin yapısında da değişiklikleri gerekli kılmış, kitlesel üretim yerine farklı tüketici taleplerini karşılayabilecek, “esnek” üretim yöntemleri geliştirilmiştir. Üretim yöntemlerindeki esneklik, üretime konu olan malların da çeşitlenmesi sonucunu doğurmuştur.

1980’lere gelindiğinde, küresel ekonomi dramatik şekilde değişime uğramış ve başat ekonomiler; yazılım, süreç ve bilgi konularına konsantre olmuşlardır (Adams ve Oleksak, 2010: 7).

Özellikle 80’lerin sonlarından itibaren yaygınlaşan yeni üretim biçimlerinde, tüketim alışkanlıklarını ve çalışma organizasyonlarını da topyekûn değiştiren bir farklılaşma ortaya çıkmıştır. Bu süreç içerisinde merkez ülkeler sanayi üretimindeki yoğunlaşma oranını –görel olarak- azaltırken, hızlı biçimde hizmetler alanında uzmanlaşmaya başlamışlardır. Geçmişin “çevre” konumundaki bazı geç kapitalist ülkeleri ise sanayi üretiminin yeni adresi olmaya başlamıştır.

İnternet, telefon ve hava taşımacılığında ortaya çıkan gelişmelere bağlı olarak üretilen malların niteliğinde de önemli değişimler yaşanmıştır. Bugünün dünyasında tüketicilerin aylık harcamaları içerisinde –bundan 20-25 yıl önce hiç pay ayırmadıkları- internet harcaması,

bilgisayar yazılımları için yapılan harcamalar, telefon kontörü harcamaları, multi-medya ürün harcamaları giderek artmaktadır.

Üretilen mal biçimlerindeki çeşitlenme, beraberinde iktisadi malların “fiziki olma” halinde de değişim yaratmaktadır. Mallar yeni üretim biçimleri üzerinden fiziki (tangible) ve soyut (intangible) olarak ikiye ayrılmakta ve soyut malların toplam içindeki payı hızla artmaktadır.

Her ne kadar mallar, fiziki ve soyut olarak ayrılmış olsa da hâlihazırda -özellikle İktisat ders kitaplarında- zaman zaman soyut malların hizmetlerle (services) karıştırıldığı ya da mal tanımlarının halen “fiziki” varlık üzerinden biçimlendirildiği görülmektedir.

Bu çalışmada öncelikli olarak, Türkiye’de lisans öğretiminde okutulan başlıca temel iktisat ders kitaplarında yer alan; Fiziki Mal, Soyut Mal ve Hizmet ayrımları değerlendirilmektedir. Söz konusu değerlendirme üzerinden İktisat yazınında bahsi geçen ayrımların izleri aranırken, benzer kavramlarla (bilgi malları, dijital mallar, soyut sermaye gibi) ortaklaşan ve ayrılan yönleri de vurgu yapılmaktadır.

Çalışmanın son kısmında, Soyut Mallar’ın Fiziki Mallardan ayrılan temel özelliğine değinilerek, “engelli mal” özellikleri tartışılmaya çalışılmaktadır.

2. İKTİSAT DERS KİTAPLARINDA MAL VE HİZMET KAVRAMI

Bu kısımda Türkiye ve dünyadan seçilmiş bazı temel İktisat kitaplarında mal, hizmet tanımları serimlenmektedir.

Türkiye’nin ilk liberal iktisatçılarından Mehmed Cavit Bey’in İktisat İlmi isimli eserinde (2001[1913] : 17-8) Fayda, Kıymet, Servet başlığı altında mal yerine “eşya” kavramı kullanılarak “Maddi ve manevi bir faydası veya kişisel ve sosyal yönü olmayan eşya, hiçbir ihtiyacın karşılanmasına yaramayacaktır” ifadesi kullanılmaktadır. Söz konusu eserde hizmet için ayrı bir tanımlama bulunmamaktadır. O halde, iktisadi malın insan ihtiyacını karşılama özelliğine sahip “eşya” (fiziki varlık taşıyan nesne) olarak tanımlandığı söylenebilir.

Sadun Aren, Ekonomi Dersleri (2007: 35-9) isimli kitabında mal kavramını “Mal, Emek, Değer” başlığında incelemektedir. Aren, öncelikli olarak ürün ve mal kavramlarını birbirinden ayırarak ürünü; İnsanların gereksinmelerini gidermeye yarayan maddi nesnelere olarak tanımlamaktadır. Ürün ile mal arasındaki farkın ise ticarete konu olup olmamakla açıklanmaktadır. Sadun Aren, mal ile metaı aynı kategori içerisinde değerlendirip üründen farklı olarak mal veya metaın alım-satımına konu olduğunu ifade etmektedir. Bu haliyle Marx’ın meta tanımının “mal” üzerinden ifadesi ortaya çıkmaktadır.

Jim Stanford, Herkes İçin İktisat kitabında (2011: 28-9) mal ve hizmetlerle ilgili olarak: “Mallar elle tutulabilir maddelerdir, onları görebilir ve dokunabiliriz; hizmetler, bir ya da daha fazla kişinin başkaları için yerine getirdiği görevlerdir” tanımlarını yapmaktadır.

Zeynel Dinler, İktisada Giriş kitabında (2005: 18-20) mal tanımını hizmetleri de kapsayacak biçimde genişletmektedir: “İnsan gereksinmelerini [ihtiyaçlarını] dolaylı ya da dolaysız olarak karşılamaya elverişli ve bu amaç için kullanılmaya hazır her şeye mal denir”. Dinler’e göre, herhangi bir şeyin mal niteliği taşıması için; bireyin somut bir gereksinmeye sahip olması ve bu gereksinme ile onu giderecek araç (mal) arasında ilişkinin olması gerekir. Öte yandan bireyin gereksinmesini gidermesi için, sözkonusu gereksinmeyi karşılayan malı kullanabilme olanağının bulunması gerekir. Burada malın kullanım değeri (fayda) yaratma ve mülkiyet gerekliliği (depolanabilirlik gibi) özelliklerine vurgu yapıldığı anlaşılmaktadır.

Dinler (2005: 19), hizmet kavramını bir mal türü olarak tanımlamaktadır. Dinler, hizmetleri, “Ekonomik Malların Çeşitleri” başlığı altında “Mallar görünüşlerine göre iki gruba ayırılır: Maddi Mallar ve Maddi Olmayan Mallar (Hizmetler)” ayırımında incelemektedir. Bu ayırım içerisinde mal terimi ile “fiziki mallar”ın kast edildiği, soyut mallara ise manevi mallar denildiği ancak bu malların fiziki görünüme sahip olamadıkları için “hizmetler” kategorisinde değerlendirildiği ifade edilmektedir. Mal ve hizmet arasındaki farkın ise temel olarak üretildikten sonra muhafaza edilebilirlikle bağlantılı olduğu vurgulanmaktadır. Dinler, genel hatlarıyla malları fiziki, hizmetleri ise fiziki olmayan “mal” olarak sınıflandırmaktadır. Bu tanımlar içerisinde soyut mallar (intangible goods) bir kategori olarak yer almamaktadır.

Güliden Ülgen’in İktisat Bilimine Giriş (2004: 12-3) kitabında da Zeynel Dinler’de olduğu gibi hizmetler fiziki varlık göstermeyen mal olarak tanımlanmaktadır. Ülgen (2004: 12) tanımında: “İhtiyaçları tatmine yarayan araçlara mal denir. Maddi görünüşe sahip olan maddeler gibi maddi görünüşe sahip olmayan hizmetler de mal kapsamına girmektedir” ifadesine yer vermektedir. Ülgen’in de hizmetleri örtük biçimde soyut mal (intangible goods) olarak tanımladığı dikkat çekmektedir.

Orhan Türkay, İktisat Teorisine Giriş: Mikro İktisat kitabında (1977: 4) mal ve hizmetlere spesifik bir tanım getirmemekle birlikte: “İnsan ihtiyaçları, mallar ve hizmetlerle karşılanmaktadır. Hava bir maldır, ekmek bir maldır, ayakkabı bir maldır. Berberin saç kesmesi bir hizmettir, doktorun hasta muayene etmesi bir hizmettir” örneklemeleriyle malların fiziki, hizmetler ise fiziki olmayan özelliklerini öne çıkarmaktadır. Bu tasnif içerisinde de soyut mallara ayrıca yer verilmemiştir. Elbette eserin kaleme alındığı yılın 1977 olması da sözkonusu ayırımın neden dikkate alınmadığını açıklayabilir.

Hubbard ve O’Brien, Essentials of Economics (İktisadın Temelleri) isimli kitaplarında (2013: 17-8) iktisadi malı; fiziki ürün olarak tanımlamaktadırlar. Hizmetler ise başkaları için yapılan etkinlikler olarak tanımlanmaktadır. Ayırımlar içerisinde soyut mallar, malların özellikleri gibi ayırımlara yer verilmemiştir.

Mikroiktisada Giriş kitabında (1996: 2-3) Zeyyat Hatipoğlu, “İhtiyaçlarımızı tatmin eden, gideren maddi araçlara mal,..., maddi olmayanlara hizmet denir” ifadesiyle iktisadi malları “fiziksellik” özelliğiyle sınırlandırmıştır.

İlker Parasız ise İktisada Giriş (1998: 13) kitabında; mal için “ihtiyaçlarımızı dolaylı ve doğrudan karşılayan her şeye mal denir” tespitinde bulunmakta ve hizmet için de “insan ihtiyaçlarını karşılayan bazı şeyler elle tutulmaz, gözle görülmez...bunlara hizmet denir” ifadesini kullanmaktadır. Böylelikle Parasız’ın, mal-hizmet ayırımını fiziki olma durumu üzerinden şekillendirdiği anlaşılmaktadır. Soyut mallar (intangible goods) için ayrı bir kategori bu çalışmada da bulunmamaktadır.

Michael Parkin, Economics isimli kitabında (2010: 3), mal ve hizmet ayırımını fiziksellik üzerinden tanımlamakta ve malların cep telefonu, otomobil gibi fiziki varlıklar olduğunu, hizmetlerin ise cep telefonu operatör hizmeti ve otomobil servis hizmetleri gibi “olgu”lar olduğunu ifade etmektedir.

Timothy Tregarthen ise Economics isimli kitabında (1996), “bir mal insanlara fayda sağlayan görünür ürün, hizmet ise insanlara fayda sağlayan görünmez üründür” tanımıyla yetinmektedir.

Yukarıdaki örnekler de göstermektedir ki, mevcut iktisat ders kitaplarında mal ve hizmetler ağırlıklı olarak fiziki olma halleri üzerinden ayırıma tabi tutulmaktadır. Malların

kendi içerisinde fiziki (tangible) ve soyut (intangible) hallerine yer verilmemektedir. Üstü örtük biçimde soyut mallar ya hizmet olarak sayılmakta ya da göz ardı edilmektedir.

3. FİZİKİ MAL, SOYUT MAL VE HİZMET AYIRIMI

Mal ve hizmet ayırımı ekonomi politikçilerden (Klasik İktisatçılar) günümüze kadar çeşitli tartışmalara neden olmuştur.

Adam Smith'e göre (2006 [1176]), mal ve hizmetler arasındaki ayırım üretken ve üretken olmayan emek ile bağlantılıdır. Smith, mal üretimini üretken emeğin çabasının sonucu olarak yorumlarken, hizmetler için harcanan çabanın üretken olmayan emeği temsil ettiğini öne sürmektedir.

Adam Smith'in hizmetleri üretken olmayan emeğin çabasının sonucu olarak görmesinin ardında, eserini ortaya çıkartan temel sorunun yattığı söylenebilir. Smith, milletlerin zenginliğinin ölçüsü olarak üretilen malların değerini görmektedir. Bir berber veya diş hekiminin faaliyeti ülkenin mal üretme kapasitesini artırır gözükmemektedir Smith için.

Peter Hill (1999), Klasik İktisatçıların mal hizmet ayırımlarını incelemektedir. Hill'e (1999: 430) göre John Baptise Say, The Production of Wealth (1803) isimli kitabında, Adam Smith'in ürünleri görünürlük veya soyutluk üzerinden değil, değişim güçleri üzerinden tasniflediğine değinmektedir. Say, hizmetleri fiziki olmayan ürünler (immaterial products) olarak ayırmaktadır. Hill (1999: 430), Say'ın hizmetleri fiziki olmayan mallar ürünler olarak vurgulamasının, onların ürün olma özelliğinin fiziki olmama durumlarından önemli olduğunu düşünmesinden kaynaklandığını ifade eder. Say, Smith'den farklı olarak, çalışanların ürettiği herhangi bir şeyin "üretken olmayan" olarak tanımlanamayacağını vurgular (Hill, 1999:430).

Adam Smith'in yaklaşımı konusunda en derli toplu eleştiri Karl Marx'a aittir. Marx, ürünün maddi yönünün ya da emeğin kendisinin somut içeriğinin, üretken emeğin tanımıyla bir ilgisinin olmadığını söyler (Savran ve Tonak, 2006: 35).

"...emeğin üretken olarak tanımlanmasının, onun belirli içeriğiyle, özgül yararıyla ya da kendini ifade ettiği belli kullanım-değeriyle kesin olarak hiçbir ilgisi yoktur. Aynı tür emek üretken emek de olabilir, üretken olmayan da" (Marx, 1998:375).

Söz konusu emek doğanın tikel bir yönünü bir ihtiyacı karşılamak amacıyla dönüştürdüğü sürece, yani bu etkinlik genel olarak üretimin bir yönü olduğu sürece, böyle bir süreçte yer alan emek, sermaye tarafından istihdam edilmişse, üretken emek işlevi görebilir. Bu, eğitim, sağlık hizmeti, ikram hizmetleri, sanat gösterileri, kuaförlük gibi genelde hizmetler olarak görülen böyle etkinliklerin aynı zamanda, artı değer yaratmanın ve böylelikle üretken emeğin varoluşunun zemini de olabilecekleri anlamına gelir (Savran ve Tonak, 2006: 36).

"Bir tek, kapitalist için artı-değer üreten, böylece sermayenin kendini genişletmesi için çalışan emekçi üretkendir. Maddi nesnelere üretiminin dışında kalan bir alandan örnek alırsak, bir öğretmen, öğrencilerin kafaları üzerinde emek harcamasının yanı sıra, eğer okul sahibini zenginleştirmek için de eşek gibi çalışıyorsa, üretken emekçi sayılır. Okul sahibinin, sermayesini, sosis fabrikası yerine öğretim fabrikasına yatırmış olması hiçbir şeyi değiştirmez" (Marx, 1997: 484).

19. yy'ın ortasıyla birlikte “fiziksel ve fiziksel olmayan ürün” ayırımının iyice yerleştiğini vurgulayan Hill (1999: 431), Nassav Senior'un Politik Ekonomi [1863] kitabında, üretimin doğasını tartıştığı bölümde, ürünleri hizmetler ve ürünler [mallar] olarak böldüğünü ifade etmektedir.

Mal-Hizmet ayırımının ötesine geçip, malları fiziki ve soyut olarak ayırma tabi tutan en önemli iktisatçı ise, marjinalist okul temsilcisi Alfred Marshall'dır. Marshall, ihtiyaç duyulan şeyler ya da malların kişisel veya fiziki olmayan (soyut) olabileceğini ifade eder. Marshall'a göre, fiziki mallar, fiziki girdiler içerir ve tüm hakları saklanabilir, kullanılabilir ya da devredilebilir. Fiziki olmayan mallar ise ikiye ayrılır. Bunlardan ilki, kişinin kendi yetenek ve davranış becerilerini içerir; iş kapasitesi ve profesyonel özellikler gibi. Bunların tamamı kişiseldir ve “içsel” olarak tanımlanır. İkinci sınıf, “dışsal” olarak adlandırılır. Çünkü, kişinin kendisi için faydalı olan ve başkalarıyla olan ilişkilerini kapsayan niteliktedirler; işçilerin, egemen sınıfların ihtiyaçlarını karşılamak için giriştikleri faaliyetler gibi (Hill, 1999: 433). Marshall'ın fiziki mal ayırımından ilki (içsel) günümüzde iktisat yazınında “beşeri sermaye” olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca, firma düzeyinde de soyut varlıklar (intangible assets) firmaların, görünmeyen ancak onların değerini artıran çeşitli gömülü bilgi (tacit knowledge) türlerini içermektedir. Marshall'ın “dışsal” olarak tanımladığı şey ise günümüzdeki hizmet kavramına eş düşmekte olduğu söylenebilir.

Bu kısımda öncelikle genel bir mal tanımı ardından; fiziki ve soyut mallar ile hizmetler incelenmektedir.

3.1. Mal

İktisadi mallar, çeşitli biçimlerde tanımlanabilmektedir. En genel haliyle mal, insan ihtiyaçlarını karşılama özelliğine sahip üretilmiş “şey”lerdir. Buradaki “şey” ifadesi fiziki varlıktan ziyade malların üzerinde mülkiyet kurulabilir varlık olma niteliğine vurgu yapmaktadır. Malların “şeyleşmesi” iktisat yazınında Marx'ın (1997: 81-3) geliştirdiği “meta fetişizmi” kavramında da kendisine karşılık bulur. En genel haliyle bu “şeyleşme” durumunu –bu çalışmada- ticarileşme olarak anlamlandırmaktayız.

Üretilmiş bir şeyin mal olarak tanımlanabilmesi için iki temel özelliği taşıyor olması gerekir. Bunlar;

a) Kullanım Değeri (Fayda) Yaratma

Üretilmiş herhangi bir şeyin mal olarak tanımlanabilmesi için öncelikli olarak kullanıldığında tüketicisi için –bazı durumlarda üçüncü kişiler için de- kullanım değeri (fayda) yaratıyor olması gerekir. Bu özellik malların insan ihtiyaçlarını giderme özelliğini ifade etmektedir.

b) Mülkiyet Hakkı

Kamusal mallar haricindeki tüm mallar için geçerli olan “mülkiyet hakkı” özelliği veya gerekliliği malların, kullanım değeri yaratma sürecinde; depolanabilirliği, bölünebilirliği, zamana yayılabilir kullanım imkanlarını ve devredilebilirliğini ifade etmektedir. Tüketici, mülkiyetine sahip olduğu bir malı farklı zaman dilimlerinde kullanabilir, saklayabilir, bir kısmını bölüp kullanarak kalan kısmını farklı bir zamanda kullanabilir ya da belli bir süre kullandığı malı başkasına satım ya da kiralama yoluyla devredebilir. Buradaki bölünebilirliği sadece malın gerçek anlamda bölünmesi olarak değil, kullanımının zamana yayılması olarak anlamak gerekir.

Hill'e göre (1999: 427) mallar mülkiyet hakkı bulunan ürünlerdir. Mülkiyet haklarının olması, değişim ve ticarete konu olmaları sonucunu doğurur.

Malların üretim ve tüketim yer ve zamanları birbirinden bağımsız olabilir. Bu ayırım hizmetler için geçerli değildir. Örneğin, Parrinello (2007: 361) bu durumu şöyle açıklamaktadır: "Mallar bir yerde üretilip, başka bir yerde depolanabilir ve nihayetinde tamamen başka bir yerde bulunan nihai tüketicisine ulaştırılabilir". Parrinello, bazı hizmetlerin de birbirinden uzakta bulunan hizmet üreticisi ve tüketicisi arasında gerçekleşebileceğini (online hizmetler gibi) ancak, burada eşanlı bir üretim ve tüketimin olması gerektiğini ifade etmektedir. Oysa malların üretim zamanı ile tüketim zamanı da birbirinden farklıdır.

Mallar; nitelik, kullanım biçimi ve kullanım amacına göre; fiziki mal-soyut, dayanıklı-dayanaksız, üretici-tüketici, özel-kamu-yarı kamu, serbest-iktisadi ve zorunlu-lüks mal ayırımlarına tabi olabilir.

Bu çalışma kapsamında malların fiziki mal – soyut mal olma durumları incelenmektedir.

3.1.1. Fiziki mal

Fiziki mallar (tangible goods), insan ihtiyaçlarını karşılama özelliğine sahip üretilmiş "fiziki" ürünlerdir. Önceki başlıkta incelenen tanımların neredeyse tamamında ifade olunan mal kavramı, fiziki mallara işaret etmektedir. Ekmek, kağıt, CD, ayakkabı gibi örnekler verilebilir.

3.1.2. Soyut Mal

Soyut mallar (intangible goods), insan ihtiyaçlarını karşılama özelliğine sahip üretilmiş "fiziki olmayan" ürünlerdir. Bilgisayar yazılımları, telefon kontörü, ses ve görüntü dosyaları gibi.

Bu çalışmada da değinildiği gibi, soyut mallar ile hizmetler kimi zaman birbirine karıştırılmakta ya da bilerek aynı tanım içerisinde toplanmaktadır. Hill (1999) hizmet ve soyut mal ayırımının önemine değinmektedir: "soyut mal ve hizmetler ayırımı ekonomik olarak önemlidir. Çünkü bu ayırım, bir ekonomideki üretim ve dağıtım örgütlenmelerinin temeline işaret etmektedir". Soyut mallar, genel olarak malların tüm ekonomik karakteristiklerine sahiptir (Hill, 1999: 427).

Laroche ve diğerlerinin (2001) çalışmasında, soyutluğun yapısıyla ilgili üç bileşen kategorize ediliyor: fiziksel soyutluk, zihinsel soyutluk ve belirsizlik/genellik (Eggert, 2006: 554). Fiziksel soyutluk ile fiziksel bulgu yetersizliği anlaşılabilir. Fiziksel soyutluk, ürünün fiziksel varlığa sahip olmaması nedeniyle dokunulamayışı sonucu hislerle duyumsanamayış düzeyini anlatır. Zihinsel soyutluk, ürünün zihinde canlandırılmasının güçlüğüne işaret etmektedir. Genellik ise, tüketicinin bu tip ürünleri genelden ayırıp tarif etmekte sıkıntı yaşadığını anlatır (Eggert, 2006: 554).

Çalışmada incelenen soyut mallar (intangible goods) yanında, benzer mal tanımları da bulunmaktadır: Elektronik mallar (e-goods), dijital mallar (digital goods), görsel mallar (virtual goods), bilgi malları (knowledge goods) gibi. Her ne kadar sayılan bu mal türleri de soyut mallar ile neredeyse aynı şeyi tanımlıyorsa da kullanılış biçimleri farklıdır. Örneğin, dijital mal tanımı ağırlıklı olarak, "bilgi toplumu" çalışmalarında kendisine yer bulurken, bilgi malları ile bu malların kamusal niteliği ve vergi sorunu maliye disiplini tarafından incelenmektedir (Rayna, 2008; Özpençe, 2014; Levitt, 1981).

Mal tanımının ötesinde soyut varlıklar da (intangible assets) önemli ölçüde muhasebe disiplini, işletmelerin bu tür varlıklarının kayıt altına alınması yönündeki bilimsel çalışmalara konu olmaktadır (Dumitrescu, 2012; De Luca *et all*, 2014; Sharma, 2012; Sacui ve Sala, 2012; Crema ve Nosella, 2014).

3.2. Hizmet

Hizmet (service), insan ihtiyaçlarını karşılama özelliğine sahip, üretilmiş “soyut olgu”dur. Örneğin, Tiyatro temsili, doktorun sağlık hizmeti, eğitim hizmetleri, temizlik hizmetleri, taşımacılık hizmetleri örnek olarak verilebilir.

Maldan farklı olarak hizmetin ortaya çıkması için sahip olması gereken farklı özellikler vardır. Bunlar;

a) Kullanım Değeri (Fayda) Yaratma

İktisadi malda olduğu gibi hizmette de kullanımı halinde kullanım değerinin (fayda) ortaya çıkması, insan ihtiyacının karşılanması gereği vardır.

b) İlişkilerlik

Hizmetler üretici ve tüketici arasındaki ilişkileri içerir (Hill, 1999: 441). Öncelikli olarak herhangi bir hizmetin ortaya çıkması için üretici ve tüketicinin bir biçimde (yüz yüze, internet, telefon, mektup gibi) karşı karşıya gelmesi ve bir tür sözleşme (sözlü ya da yazılı) yapmaları gerekir. Hizmet alan tüketici olmadan hizmet veren üretici de olmaz (Hill, 1999: 441). Örneğin, saat 20:00'daki tiyatro gösterimi için alınan bilet o saatte başlayıp film süresince devam edecek gösterim hizmetine ait sözleşmedir. Buradaki sözleşme mallarda olduğu gibi “mülkiyet hakkı” tanımamakta, süreyle sınırlı “kullanım hakkı” vermektedir. Hizmetler üzerinde mülkiyet hakkının olmaması onların depolanabilirlik, bölünebilirlik ve zamana yaygın kullanımlarını engellerken devredilebilirliğini de belirsiz hale getirmektedir.

c) Soyutluk

Hizmetin ortaya çıkma sürecinde farklı hizmetlerden yararlanılabileceği gibi farklı üretici mallarından da yararlanılabilmektedir. Örneğin, taşımacılık hizmetinde fiziki mal olan otomobil üretici malı (ara mal) olarak kullanılabilir. Bu yönüyle düşünüldüğünde zaman zaman sağlanan hizmetlerde fiziki mallar kullanılmış olsa dahi burada tüketicinin satın aldığı hizmet sırasında kullanılan mal değil, üreticinin o malı da kullanarak sağladığı hizmetin kendisidir.

Hizmetleri, hizmet sağlayanın niteliğine göre ticari ve kişisel hizmet olarak ayırmak da mümkündür. Bir kurum veya şirket tarafından sağlanan hizmetler ticari hizmet iken, şahıslar tarafından sağlanan hizmetler kişisel hizmettir.

4. ENGELLİ MAL OLARAK SOYUT MALLAR

Önceki kısımda malların sahip olması gereken özellikler; *kullanım değeri (fayda) yaratma* ve *mülkiyet hakkı* olarak sayılmıştı. Çalışmanın odaklandığı soyut mallar (intangible goods) açısından bu iki özelliğin yeniden düşünülmesi gerekmektedir.

Soyut mallar aynı fiziki mallarda olduğu gibi kullanımı halinde kullanıcı için kullanım değeri (fayda) yaratmalıdır. Fiziki mallar bu özelliği tek başlarına taşıyabilirler. Örneğin, ekmeğin tek başına tüketimi olanaklıdır. Bu noktada şunu da hatırlamak gerekir ki, mallar gerektiğinde bir arada da kullanılabilir. Bu konu, iktisat yazınında “tamamlayıcı” ve “ikame” mallar başlıklarında kendisine yer bulmuştur. Soyut mallarda ise durum farklıdır. Soyut mallar tek başına kullanım değeri açığa çıkaramaz. Örneğin bilgisayar yazılımını

bilgisayar (fiziki mal) olmadan kullanmak ve dolayısıyla kullanım değeri (fayda) açığa çıkarmak mümkün değildir. Telefon kontörünü cep telefonu olmadan kullanmak da mümkün değildir.

İkinci özellik olarak vurgulanan *mülkiyet hakkı* açısından da durum benzer bir özellik gösterir. İlgili kısımda da ifade edildiği gibi, mülkiyet hakkı; bir yandan ilgili mal üzerinde tüketicinin sahip olduğu bağımsız kullanım hakkını ifade etmekle birlikte daha geniş anlamda tüketicinin ilgili malı depolama, bölme, faklı zamanlarda yeniden kullanma ve devredebilme haklarına işaret etmektedir.

Bilgisayar yazılımları, ses ve görüntü dosyaları, telefon kontörü gibi soyut mallar üzerinden düşünüldüğünde, bu malların hiçbirisi fiziki bir mal olmadan tek başına depolanamaz, bölünemez, saklanamaz. Fakat devredilebilme ihtimalleri vardır. Nihayetinde de soyut bir malın mülkiyet hakkının tamamlanabilmesi için fiziki bir malın varlığına ihtiyaç vardır. Hill’de (1999: 427) soyut malların bu özelliğine vurgu yapmaktadır: “Soyut malların, kendine ait fiziksel varlıkları yoktur. Başka bir fiziksel malda depolanmaları gerekir (Kağıt, film, kaset, CD gibi)”.

Soyut malların, fiziki mala ihtiyaç duymadan kullanım değeri açığa çıkarmamasını basitçe “tamamlayıcı mal” tanımıyla açıklamak olanaklı değildir. Zira, tamamlayıcı malların bir çoğu da farklı biçimlerle, farklı mallarla birlikte kullanılabilir. Örneğin, Çayın tamamlayıcısı olarak kullanılabilen şeker, tek başına ya da çok daha farklı mallarla bir arada kullanılabilir. Oysa ki, soyut mallar ancak belli bir fiziki mal ile birlikte kullanıldığında mal olma özelliği (kullanım değeri yaratma ve mülkiyet hakkı) gösterebilir.

Bir ayrıntı olarak ifade edilebilir ki; soyut malların depolanma özelliği zaman zaman tüketicinin sahip olduğu fiziki bir mal dışında da üretici tarafından “hizmet” olarak sağlanabilir. Satın alınan bir yazılım daha sonra yüklenmek üzere ilgili satıcının bilgisayarında (fiziki mal) depolanabilir. Bu ayrı bir hizmet anlamına da gelmektedir.

Soyut malların fiziki mallarla birlikte kullanım zorunluluğu, bu malların bağımsız olarak mal olma niteliğini sakatlamaktadır. Soyut mallar ile fiziki mallar arasındaki bu “zorunlu” ilişki soyut malları “engelli mal” olarak tanımlamayı da olanaklı kılmaktadır.

5. SONUÇ

Bu çalışmada, gündelik hayatta tüketimi hızla artan soyut malların temel nitelikleri ve kullanım biçimleri üzerinde durulmuş ve bu malların klasik mal tanımları dışında gösterdikleri özelliklere vurgu yapılmıştır.

Mal ve hizmetlerin özelliklerinin doğru tespit edilmesi, üretim, dolaşım ve hukuki düzenlemeler açısından oldukça büyük önem taşımaktadır. Üretim ve tüketim konu olan ürünün fiziki mal, soyut mal veya hizmet özelliği taşıması onun, muhasebe sistemine kaydı, ürün yönetimi, stoklama faaliyetleri, mülkiyet hakları sözleşmeleri, işçi-işveren ilişkileri, ücret ve nitelik tartışmaları açısından da önemlidir.

Çalışma içerisinde bir yandan iktisat ders kitaplarındaki mal ve hizmet ayırımları serimlenirken, bir yandan da soyut malların “engelli mal” olarak kabul edilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- ADAMS, M ve OLEKSAK, M., 2010, *Intangible Capital: Putting Knowledge to Work in the 21st Century Organization*. USA: Praeger.
- AREN, S.,2007, *Ekonomi Dersleri*. 2. Baskı. Ankara: İmge.
- CAVİT, M., 2001, *İktisat İlmî (İlm-i İktisad)*. Çev: Sema Alpun Çakmak. Ankara: Liberte.
- CREMA, M. ve NOSELLA, A., 2014, Intangible Assets Management and Evaluation: Evidence from SMEs, *Engineering Management Journal*, ss.8-21, Cilt 26, Sayı 1, Italy.
- DE LUCA, M. ve diğerleri, 2014, Intangible Assets and Superior and Sustained Performance of Innovative Brazilian Firms, *Brazilian Administration Riview*, ss. 407-440, Cilt 11, Sayı 4, Brasil.
- DİNLER, Z., 2005, *İktisada Giriş*. 11. Baskı. Bursa: Ekin.
- DUMITRESCU, A., 2012, Intangible Assets: Are These Resources Sufficiently Visible and Properly Controlled?, *Accounting and Management Information Systems*, ss.545-563, Cilt 11, Sayı 4, Romania.
- EGGERT, A., Intangibility and Perceived Risk in Online Environments, *Journal of Marketing Management*, ss. 553-572, Sayı: 22, Germany.
- HATİPOĞLU, Z.,1996, *Mikroiktisada Giriş*. İstanbul: Lebib Yalkın.
- HILL, P., 1999, Tangibles, Intangibles and Services: A New Taxonomy for The Classification of Output. *Canadian Journal of Economics*, ss. 426-447, Vol.32, No:2.
- HUBBARD, R. G. ve O'BRIEN, A. P., 2013, *Essentials of Economics*. USA: Pearson.
- LEVITT, T., 1981, Marketing Intangible Products and Product Intangibles, *Harvard Business Review*, ss. 94-102, May-June, USA.
- MARX, K., 1997, *Kapital, Cilt 1*, Çev: Alaattin Bilgi, Ankara: Sol Yayınları.
- MARX, K., 1998, *Artı- Değer Teorileri, Birinci Kitap*, Çev: Yurdakul Fincancı, Ankara: Sol Yayınları.
- ÖZPENÇE, Ö, 2014, Dijital Kamusal Mallar, *Sosyo-Ekonomi*, ss. 57-81, Temmuz-Aralık.
- PARASIZ, İ., 2008, *İktisada Giriş, Prensipler ve Politika*. Bursa: Ezgi.
- PARİNNELLO, S., 2007, A Note on Goods and Services and Input-Output Analysis, *Metroeconomica*, ss. 361-367, Rome.

- PARKIN, M., 2010, *Economics*. 9th Edition. USA: Pearson.
- RAYNA, T., 2008, Understanding the Challenges of the Digital Economy: The Nature of Digital Goods, *Communications&Strategies*, ss. 13-36, Cilt 3, Sayı 71.
- SAVRAN, S. ve TONAK, A., 2006, Üretken Emek ve Üretken Olmayan Emek: Açıklığa Kavuşturma ve Sınıflandırma Denemesi. *Praksis*, ss. 17-48, 16, Güz.
- SACUI, V. ve SALA, D., 2012, Economic Properties of Intangible Assets: The Value Paradox, *Review of International Comparative Management*, ss.793-803, Cilt 13, Sayı 5, Italy.
- SHARMA, N., 2012, Intangible Assets: A Study of Valuation Methods, *Management Edge*, ss. 61-69, Cilt 5, Sayı 1.
- SMITH, A. 2006, Milletlerin Zenginliği, 1. Baskı. Çev: Haldun Derin. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- STANFORD, J., 2011, *Herkes İçin İktisat: Kapitalist Sömürüyü Anlama Kılavuzu*. Çev: Tuncel Öncel. İstanbul: Yordam.
- TREGARTHEN, T., 1996, *Economics*. USA: Worth Publishers.
- TÜRKAY, O., 1977, *İktisat Teorisine Giriş, Mikro İktisat*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü. Yayın No: 164.
- ÜLGEN, G., 2004, *İktisat Bilimine Giriş*. 2. Basım. İstanbul: Der.