



# TARIM EKONOMİSİ

## “Ekonomik Problem”

Doç. Dr. Çağatay YILDIRIM

2025

# İÇERİK

1. Kaynaklar, İhtiyaçlar ve İstekler
2. Üretim İmkanları ve Fırsat Maliyeti
3. Kaynakların Etkin Kullanımı
4. Ekonomik Büyüme
5. Piyasa Ekonomisi



# 1. KAYNAKLAR, İHTİYAÇLAR VE İSTEKLER (1)

Mal ve hizmet üretiminde kullanılabilen kaynaklar (sınırlı)

1. **İşgücü:** Üretim yapan insanların fiziki ve akli çalışması
2. **Arazi (Doğal kaynaklar):** Doğada hiçbir çaba olmadan mevcut olan kaynaklar (su, hava, toprak yüzeyi ve yeraltı mineralleri)
3. **Sermaye:** Daha önce üretilen ve diğer mal ve hizmet üretiminde kullanılan mallar (yollar, binalar, barajlar, pastaneler, araba üretim bantları, beşeri sermaye)
4. **Girişimcilik:** Diğer kaynakların organize edilmesi



# 1. KAYNAKLAR, İHTİYAÇLAR VE İSTEKLER (2)

## İhtiyaç ve istekler (sınırsız)

- **İhtiyaçlar:** Temel besinler, barınma, eğitim, sağlık
- **İstekler:** Kola, sinema, restoran, tatil, ışınlama, ölümsüzlük
- Kaynakları en etkin şekilde kullanmak için tercih ederiz



## 2. ÜRETİM İMKANLARI VE FIRSAT MALİYETİ



# Üretim İmkanları Eğrisi

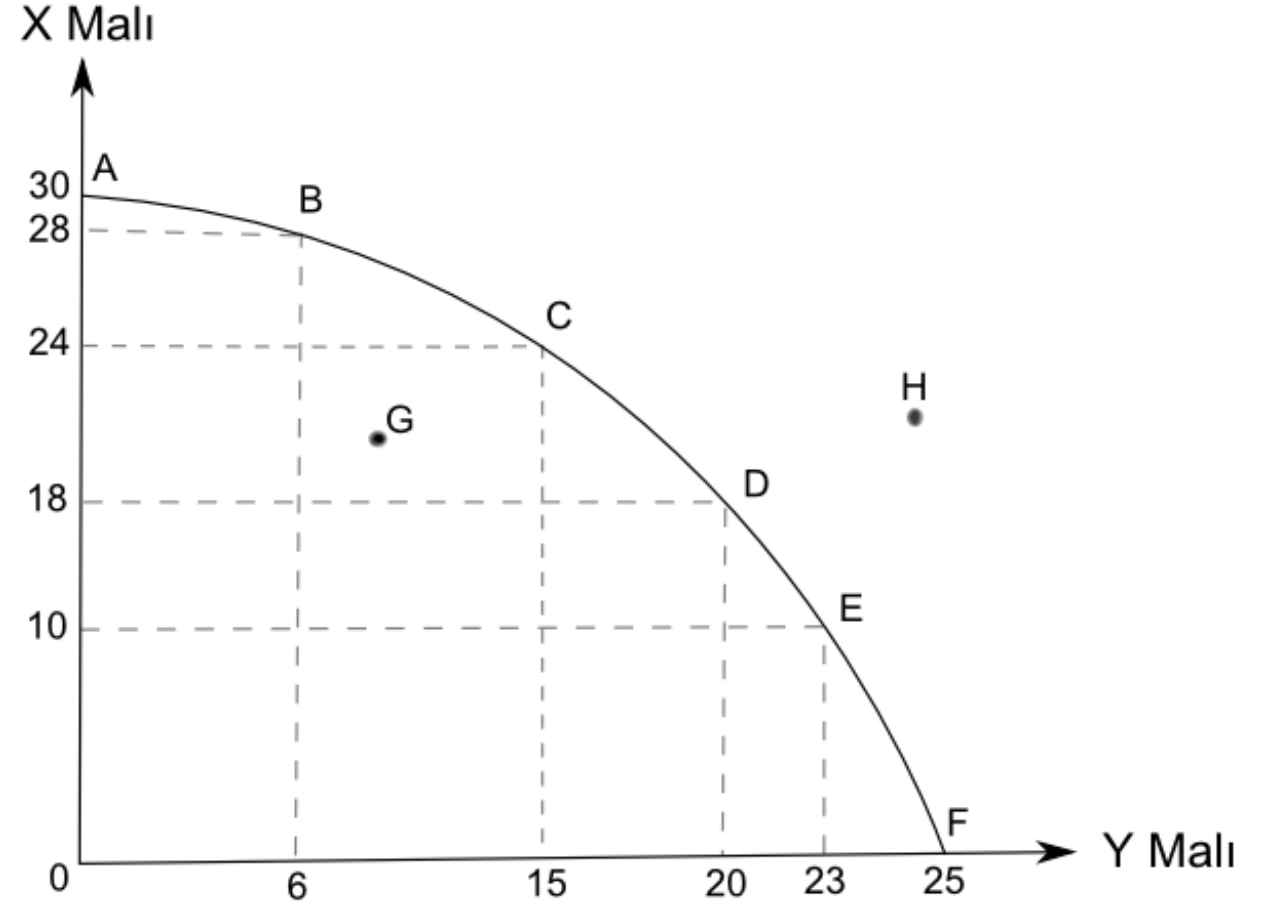
- Üretilebilecek mal ve hizmet miktarları, elimizdeki kaynaklarla ve teknoloji ile sınırlı
- Üretim imkânları eğrisi üretilebilecek mal ve hizmet bileşimleri ile üretilemeyecek mal ve hizmet bileşimleri arasındaki sınırı temsil eder
  - Üretim faktörleri tüm işlerde eşit şekilde verimli olmadığı için eğri içbükeydir
- **Ceteris-paribus:** Diğer tüm durumlar sabitken



# Üretim İmkanları Eğrisi

İmkanlar	Y malı	X malı
A	0	30
B	6	28
C	15	24
D	20	18
E	23	10
F	25	0

- **H:** Üretim yapılamaz
- **G:** Etkin olmayan üretim noktası



# Üretim Etkinliği

- Bir üründen daha az üretmeden diğer bir ürün daha fazla üretilemiyorsa, üretim etkinliğine ulaşılır
- A,B,C,D,E,F: Etkin üretim noktaları
  - Bir ürünün üretimini artırmak için takas gerekir
- G: Etkin olmayan üretim noktası
  - Kullanılmayan kaynaklar
  - Yanlış alanlara aktarılan kaynaklar





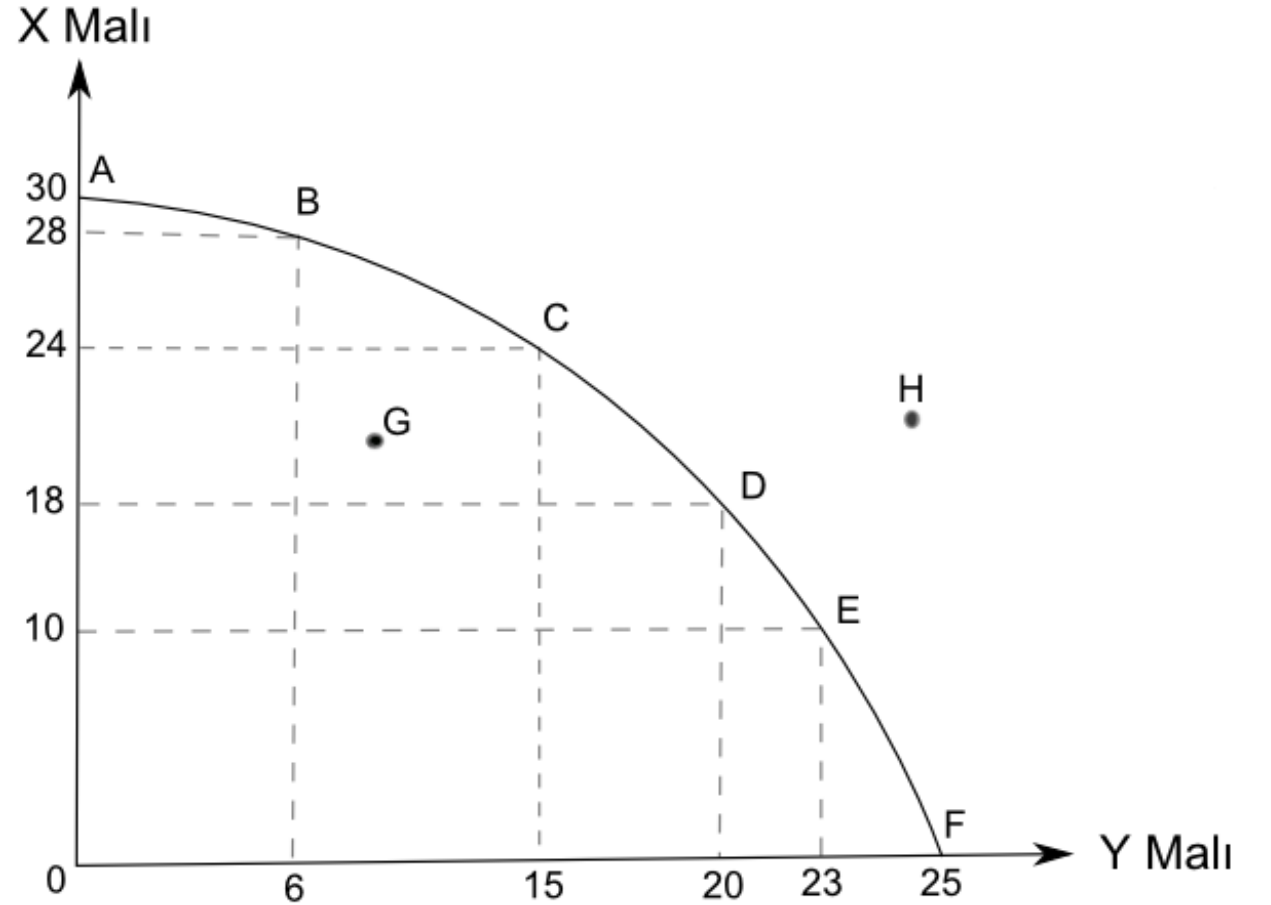
# Takas

- Üretim imkânları eğrisi üzerindeki her bir tercih, takas yapmayı gerektirir. İlave bir şey elde etmek için diğer bir şeyden vazgeçmemiz gerekiyor
- Daha çok X malı üretmek için bir miktar Y malı üretiminden vazgeçmek gerekir



# Fırsat Maliyeti

- Vazgeçilen en yüksek değerli alternatif
- B yerine C noktasını seçersek
  - $15-6=9$  birim daha fazla Y üretmenin fırsat maliyeti 4 birim daha az X üretmek



### 3. KAYNAKLARIN ETKİN KULLANIMI

- Marjinal kazanç (fayda) > marjinal masraf = Ürün tercih edilir
- Marjinal kazanç (fayda) < Marjinal masraf = Ürün tercih edilmez
- Marjinal kazanç (fayda) = Marjinal masraf = Mevcut durum korunur
  - Üretimin en etkin olduğu, kaynakların en etkin kullanıldığı nokta



## 4. EKONOMİK BÜYÜME (1)

- Toplam üretimde meydana gelen artış veya genişleme
- GSYH'daki büyüme
  - Ekonomik büyüme kıtlık sorunundan ve fırsat maliyetinden kurtarmaz
    - Üretimdeki artış ne kadar yüksek olursa, ekonomik büyümenin fırsat maliyeti de o kadar yüksek olur



## 4. EKONOMİK BÜYÜME (2)

- GSYH (Gayrisafi Yurt İçi Hasıla): Bir ekonomide belirli bir dönemde,
  1. Gerçekleşen tüm nihai mal ve hizmet üretiminin toplam değerini
  2. Gerçekleşen tüm nihai mal ve hizmet üretimini satın almak için yapılan toplam harcama değerini ölçer.
  3. Tüm üretim faktörlerinin elde ettikleri toplam geliri ölçer.
- $\text{TOPLAM ÜRETİM} = \text{TOPLAM HARCAMA} = \text{TOPLAM GELİR}$
- Dönem: Ölçme dönemi olarak genellikle üç aylık dönemler (çeyreklik), kıyaslama için de bir yıllık dönemler kullanılır.



## 4. EKONOMİK BÜYÜME (3)

Ekonomik büyümeyi 2 ana faktör etkiler

- **Teknolojik gelişme:** Yeni malların üretimi ve var olan mal veya hizmet üretiminde yeni yöntemlerin geliştirilmesi
- **Sermaye birikimi:** Sermaye kaynaklarının büyümesi



## 4. EKONOMİK BÜYÜME (4)

- At ve ot arabalarına sahip olduğumuz zamandan daha fazla taşımacılık üretmemizi sağlayan çok sayıda araca sahibiz
- Kablo teknolojisi ile yaptığımız haberleşmeden daha fazla, daha yaygın ve daha uzak mesafelerle iletişim kurabilen kablosuz teknolojilere sahibiz
- Yeni teknolojilerin ve sermayenin fırsat maliyeti var
- Kaynakları araştırma ve geliştirmede kullanmak ve yeni sermaye üretmek için tüketim mal ve hizmetlerinin üretimini azaltmak gerekir



## 4. EKONOMİK BÜYÜME (5)

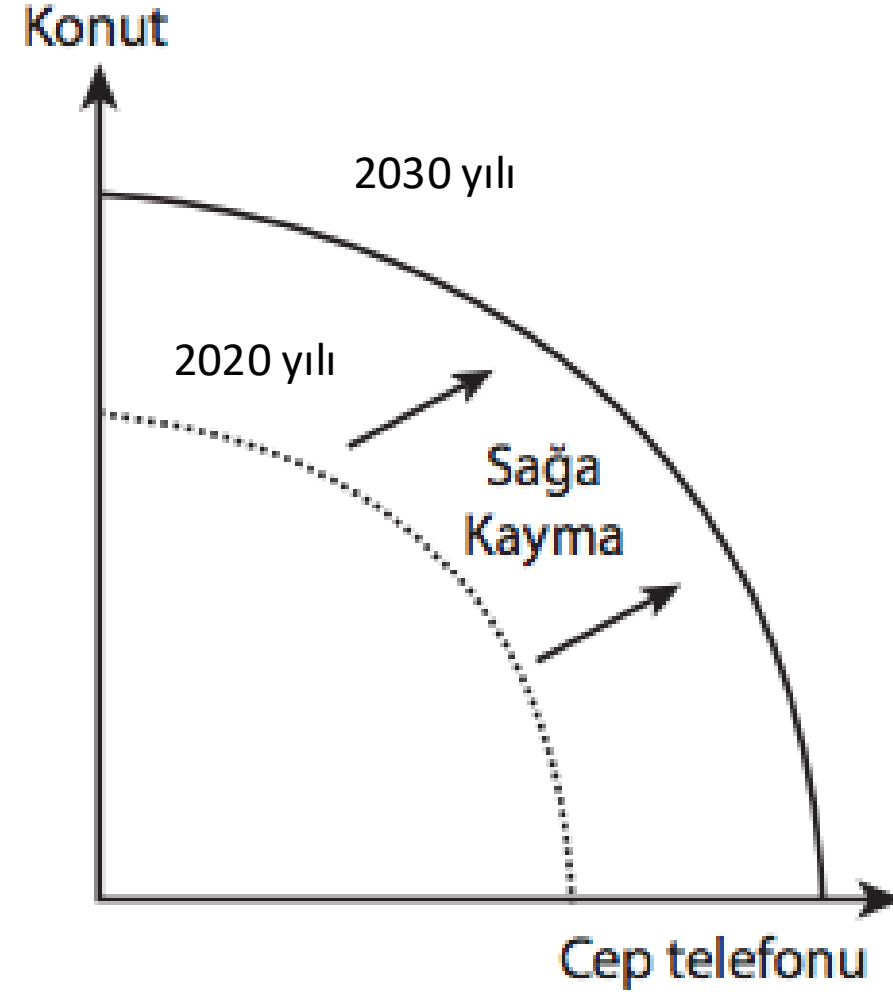
- Ekonomik büyüme bedava değildir
- Ekonomik büyümenin olması için, yeni makinelerin üretimine daha fazla, tüketim malı üretimine daha az kaynak ayrılır
- Gelecekte daha fazla tüketim malına sahip olmanın fırsat maliyeti, şimdi daha az tüketim malı sahibi olmaktır
- Ekonomik büyüme kıtlık probleminin sihirli bir çözümü değildir





# Ekonomik Büyümenin Üretim İmkanları Eğrisine Etkisi

- Yeni (genişlemiş) üretim imkânları eğrisi üzerinde de hala kıtlık problemi vardır

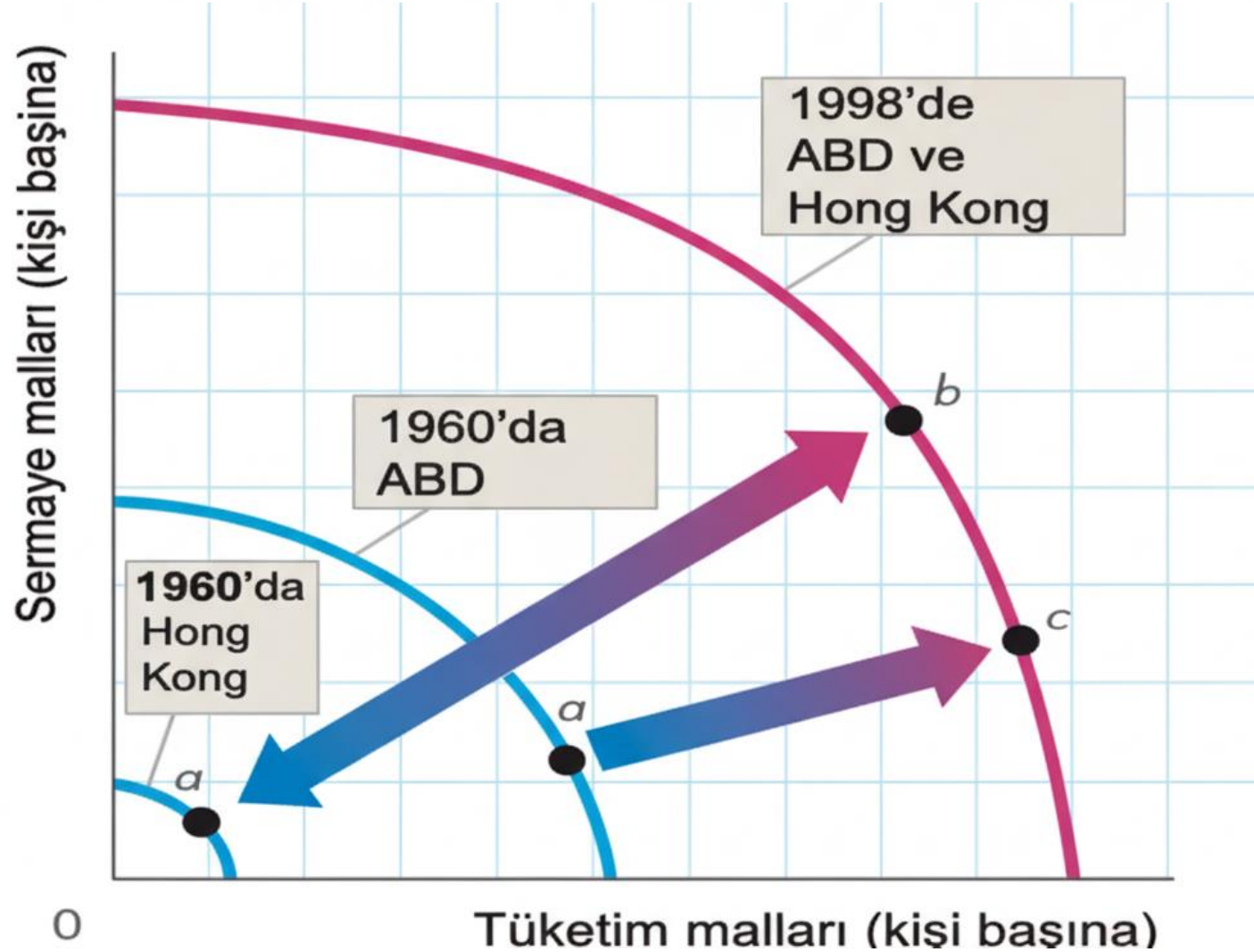


# ABD ve Hong Kong'da Ekonomik Büyüme

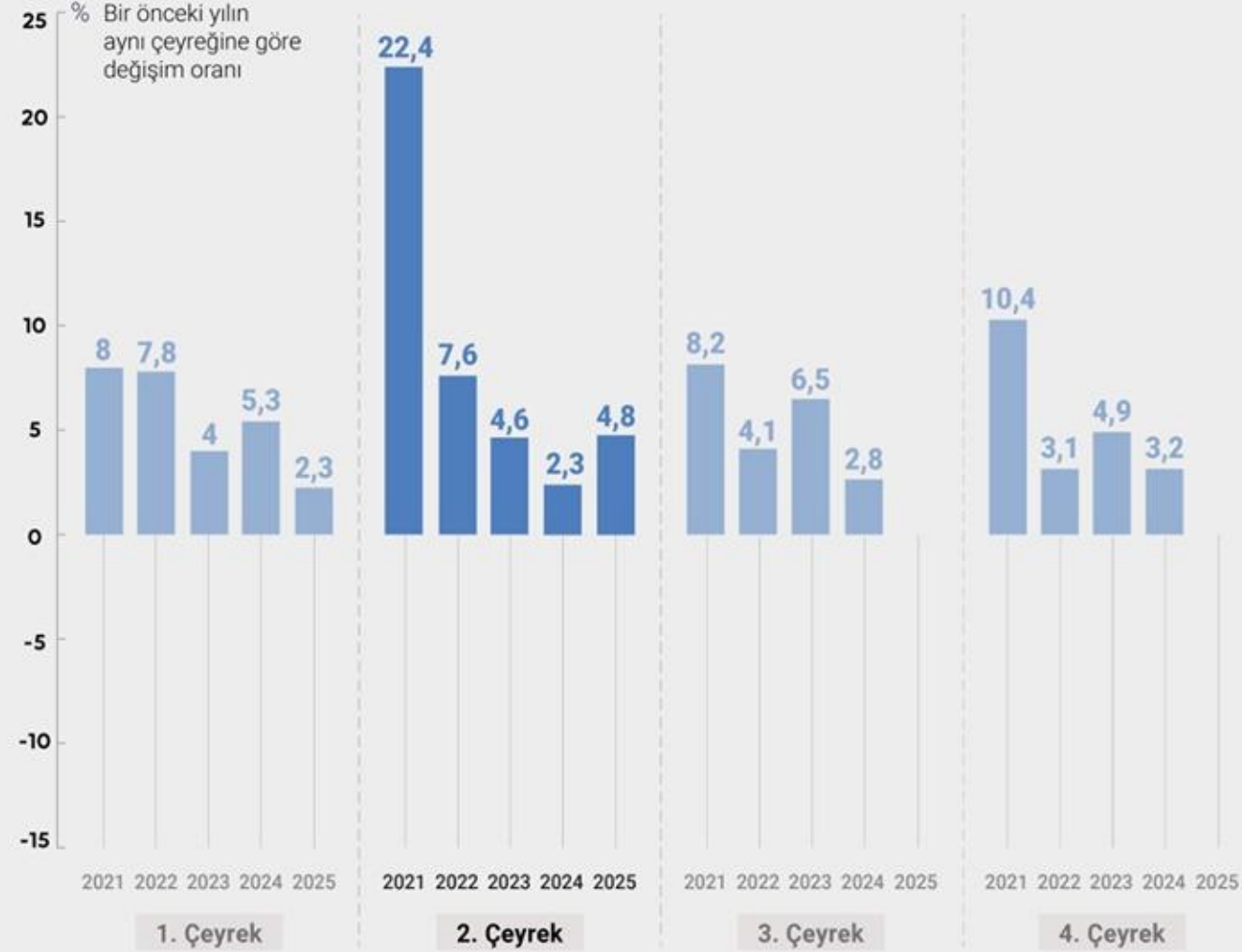
- Eğer bir ülke tüm kaynaklarını tüketim mallarının üretimine tahsis eder, araştırma ve sermaye birikimine kaynak ayırmazsa, gelecekteki üretim imkânları eğrisi bugünkünün aynısı olarak kalır
- Gelecekte üretim imkânlarının genişletilmesi için tüketim mallarına daha az kaynak ayırıp, bazı kaynakların sermaye birikimine ve teknoloji geliştirmeye aktarılmalı ki gelecekte daha fazla tüketim malları üretilebilsin
- Hangisi daha hızlı büyür? Üretim imkanları eğrisi daha hızlı genişler?
  - ABD: Kaynaklarının 1/5'ini sermaye birikimine, gerisini tüketime
  - Hong Kong: Kaynaklarının 1/3'ünü sermaye birikimine gerisini tüketime



# Amerika Birleşik Devletleri ve Hong Kong'da Ekonomik Büyüme

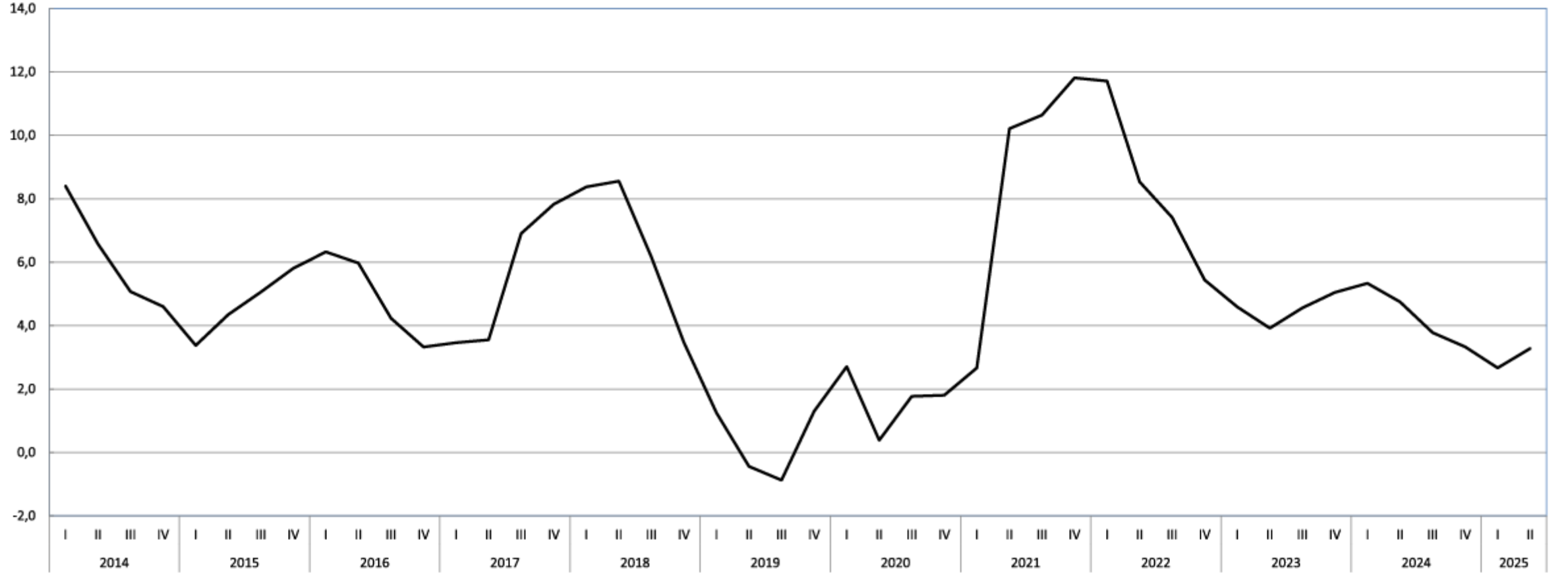


## Türkiye ekonomisi 2025'in ikinci çeyreğinde yüzde 4,8 büyüdü





## YILLIKLANDIRILMIŞ GSYH BÜYÜMESİ



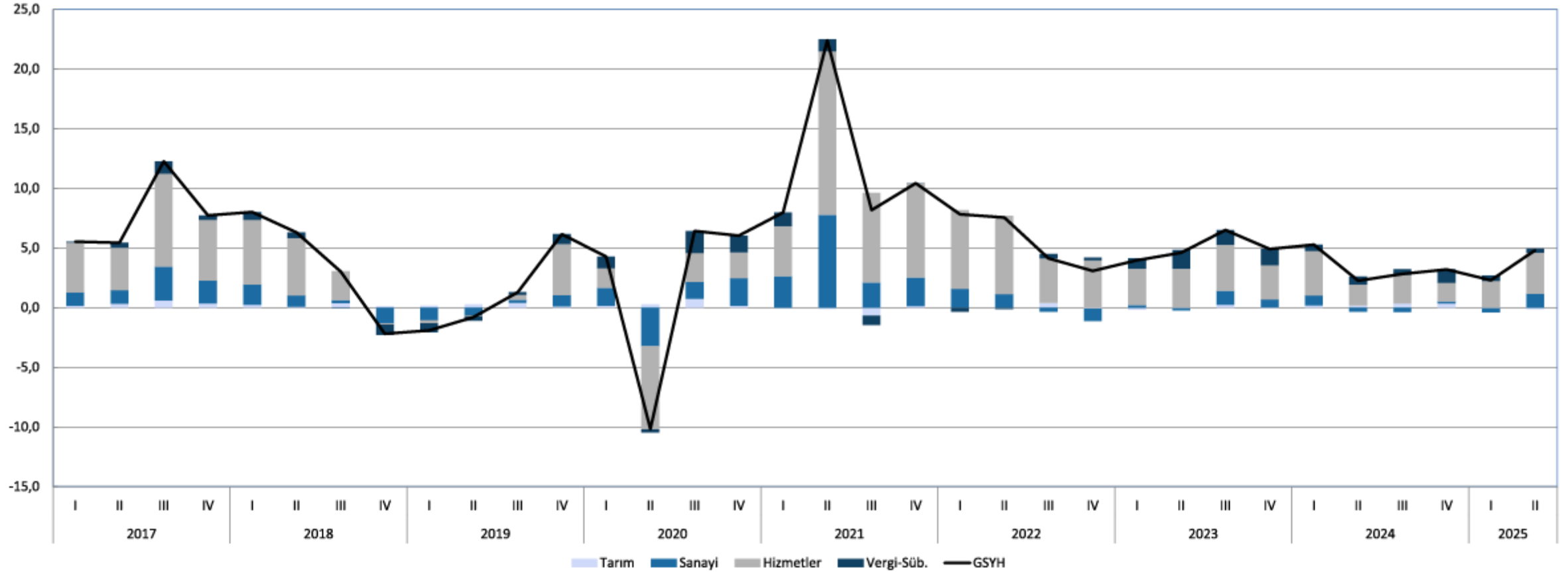
Kaynak: TÜİK



TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI  
**STRATEJİ VE BÜTÇE BAŞKANLIĞI**



## ÜRETİM YÖNTEMİYLE GSYH (BÜYÜMEYE KATKILAR)



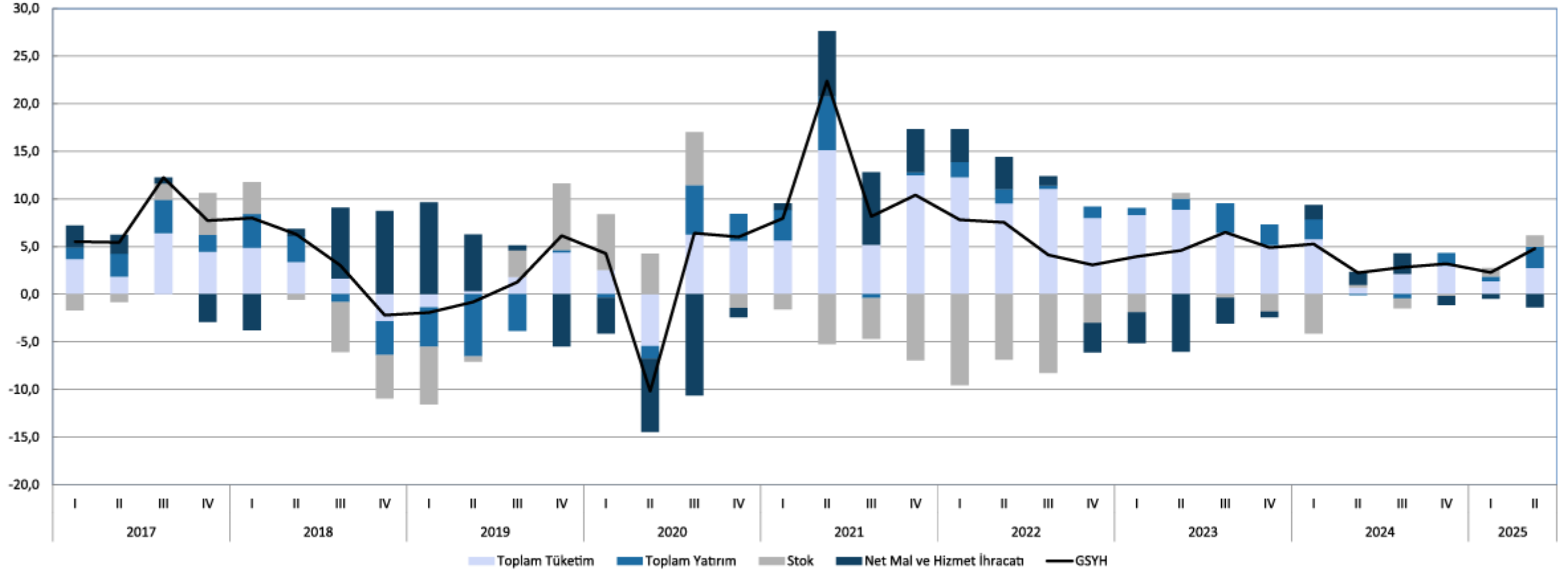
Kaynak: TÜİK



TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI  
STRATEJİ VE BÜTÇE BAŞKANLIĞI



## HARCAMA YÖNTEMİYLE GSYH (BÜYÜMEYE KATKILAR)



Kaynak: TÜİK



TÜRKİYE CUMHURİYETİ CUMHURBAŞKANLIĞI  
STRATEJİ VE BÜTÇE BAŞKANLIĞI



## İKİNCİ ÇEYREKTE SEKTÖREL BÜYÜME ORANLARI



KAYNAK: TÜİK, YILLIK DEĞİŞİM



# OECD, küresel ekonomide bu yıla ilişkin büyüme tahminini yüzde 3,2'ye yükseltti

## Küresel ekonominin bu yıl 3,2 büyümesi bekleniyor

OECD, küresel ekonominin bu yıl yüzde 3,2 büyümesini bekliyor. Bu oran, OECD'nin haziranda açıkladığı öngörüsünün yüzde 0,3 üzerinde bulunuyor. OECD, küresel ekonomide 2026'ya ilişkin büyüme tahminini ise değiştirmeyerek yüzde 2,9'da sabit bıraktı.

ABD'de ekonomik büyümenin 2024'te yüzde 2,8'den bu yıl 1,8'e düşmesi, gelecek yıl yüzde 1,5 olması öngörülüyor. OECD, haziranda ABD ekonomisinin bu yıl yüzde 1,6 büyüyeceğini tahmin etmişti.

## Avro bölgesi yüzde 1,2 büyüyecek

OECD, Avro Bölgesi'nde bu yılki ekonomik büyümeye ilişkin haziranda yüzde 1 olan öngörüsünü 1,2'ye yükseltti ancak 2026 tahminini yüzde 0,2 aşağı yönlü revize ederek yüzde 1 olarak belirledi.

Örgütün raporunda, "Avrupa ekonomilerinde, artan ticaret çatışmaları ve jeopolitik belirsizlik, daha gevşek kredi koşulları tarafından bir ölçüde dengelenebilir." değerlendirmesi yapıldı.

Raporda, Çin ekonomisinin bu yıl büyüme tahmini yüzde 4,7'den 4,9'a çıkarıldı. 2026 için ise yüzde 0,1 yukarı yönlü revize ederek yüzde 4,4'e yükseltildi.

## Türkiye ekonomisinde bu yıl ve 2026'da büyüme yüzde 3,2

OECD, Türkiye ekonomisinde bu yıla ilişkin büyüme tahminini yüzde 0,3 yukarı revize ederek 3,2'ye ve 2026 için yüzde 0,1 aşağı yönlü revizeyle yüzde 3,2 olarak belirledi.

Türkiye dahil gelişmekte olan ekonomilerde enflasyonun gelişmiş ekonomilere göre daha yüksek seyredeceğini öngören OECD'ye göre, Türkiye'de enflasyon bu yıl yüzde 33,5 olacak, gelecek yıl yüzde 19,2'ye gerileyecek.

OECD, haziranda Türkiye için 2025'te yüzde 31,4 ve 2026'da ise yüzde 18,5 yıllık enflasyon tahmin etmişti.



## OECD'den Türkiye büyüme ve enflasyon tahminine revizyon

- Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), Türkiye ekonomisinin 2025 yılı büyüme tahminini yüzde 2,9'dan yüzde 3,2'ye yükseltti.
- Bu yıl için enflasyon beklentisi yüzde 31,4'ten yüzde 33,5'e yükseltildi.



GSYH sonuçları, II. Çeyrek: Nisan-Haziran, 2025

Yıl	Çeyrek	GSYH			
		Cari fiyatlarla (Milyon TL)	Cari fiyatlarla (Milyon \$)	Zincirlenmiş hacim endeksi	Değişim oranı (%)
2023	Yıllık	27 091 469	1 153 241	223,2	5,0
	I	4 798 503	254 299	196,7	4,0
	II	5 696 948	281 090	212,9	4,6
	III	7 894 487	303 663	239,5	6,5
	IV	8 701 530	314 189	243,6	4,9
2024	Yıllık	44 587 225	1 358 255	230,6	3,3
	I	9 075 604	293 781	207,1	5,3
	II	10 142 412	314 092	217,7	2,3
	III	12 307 887	370 600	246,2	2,8
	IV	13 061 323	379 781	251,4	3,2
2025	I	12 493 445	345 695	211,8	2,3
	II	14 578 556	377 622	228,2	4,8

# 5. PİYASA EKONOMİSİ

- Hz. Muhammed (S.A.V.), (~600).
  - Rızkın onda dokuzu ticaret....
- Adam Smith, (1776). Ulusların Zenginliği, 56-57.
  - Fertler ve ülkeler karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları ürünlerin üretiminde uzmanlaşarak ve uluslararası ticaret yaparak kazanç elde ederler
- Milyonlarca insan, binlerce farklı mal ve hizmetin üretimi
  - Ticaretin düzenlenmesi gerekir, ancak sosyal kurumlarla düzenlenebilir
    - Mülkiyet hakları
    - Piyasalar



# Mülkiyet Hakları

- Kaynakların, malların ve hizmetlerin sahipliğini, kullanımını ve tüketimini yöneten sosyal düzenlemeler
  - **Fiziki mülkiyet:** Arazi ve binalar gibi varlıklar
  - **Finansal mülkiyet:** Hisse senedi, bono ve bankadaki para
  - **Akli mülkiyet:** Yaratıcı çabaların maddi olmayan ürünleri (kitap, müzik, yazılım)
- Mülkiyet hakları olmazsa,
  - her bir kişinin mukayeseli üstünlüğe sahip olduğu mal ve hizmetlerin üretimine yönelik gayretleri zayıflar
  - uzmanlaşma ve ticaretten elde edilen bazı kazançlar da kaybedilir



# Piyasalar

- **Piyasa:** alıcı ve satıcıların bilgi sahibi olmalarını ve birbiriyle iş yapmalarını sağlayan bir düzenleme
  - Petrolün alınıp satıldığı dünya petrol piyasası bir yer değildir
  - Petrol üreticilerinin, petrol kullanıcılarının, toptancıların ve alıcı ve satıcı komisyoncuların bulunduğu bir ağıdır

