



**İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM FAKÜLTESİ**



GENEL İKTİSAT

PROF. DR. GÜLDEN ÜLGEN

GENEL İKTİSAT

PROF. DR. GÜLDEN ÜLGEN

Genel Yayın Yönetmeni

Prof. Dr. Levent Şahin

Kapak Tasarım

AUZEF

Grafik Tasarımı

AUZEF

Sayfa Tasarımı

AUZEF

ISBN: 978-605-07-1153-0

2022

Copyright © İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi

5846 sayılı Yasa'ya göre eserin tüm yayın, çeviri ve iktibas hakları Açık ve Uzaktan
Eğitim Fakültesi'ne aittir.

ÖN SÖZ

İktisat, insanların sınırlı kaynaklarla ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak için gösterdikleri çabaları inceleyen bir sosyal ilimdir. İnsanlar yaşadıkları sürece birçok ihtiyaç hissetmekte ve bu ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu doğrultuda iktisadi faaliyetlerin amacı, insan ihtiyaçlarını tatmin etmek ve bunun içinde mal ve hizmet üretmektir. İktisat, toplumun refahı konusunda dört temel soruna çözüm aramaktadır. Bunlar; hangi mallar üretilecek, kimler için üretilecek, nasıl üretilecek ve kaynakların tam kullanımı ile ekonomik büyümeyi sağlanabilmesidir. Bu nedenle iktisadi faaliyetler insanların ihtiyaçlarını karşılamak, içinde bulundukları maddi şartları düzeltmek ve refah düzeylerini artırmak için yaptıkları faaliyetlerdir.

Bir birimin iktisadi davranış ve faaliyetlerini incelemeye yönelik analiz tarzına mikro analiz denilmektedir. Örneğin, bir kişinin gelirinin ne kadarının hangi mallar için ve ne şekilde harcandığının incelenmesi mikro analiz kapsamına girmektedir. Bir toplumun iktisadi davranış ve faaliyetlerini incelemeye yönelik analiz tarzına ise makro analiz denilmektedir. Makro analizde bireysel faaliyetler üzerinde değil, bireylerin oluşturduğu toplumun davranış ve faaliyetleri üzerinde durulmaktadır. Örneğin bir ülkede yaratılan gelirin ne kadarının tüketime, ne kadarının tasarrufa ayrıldığı ve bunun nedenleri ile sonuçları incelenirse makro analiz yapılmış olmaktadır.

Çalışma 14 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde iktisat biliminin temel kavramları ile kapitalist-sosyalist ve karma ekonomik sistemleri kapsayan ekonomik sistemler açıklanmaktadır. İkinci bölümde talep kavramı; talep fonksiyonu ve talep kanunu ile talep esnekliği kavramı ele alınmaktadır. Üçüncü bölümde arz kavramı; arz fonksiyonu ve arz kanunu ile arz esnekliği kavramı incelenmekte, dördüncü bölümde ise piyasa dengesi ve esnekliklere ilişkin tüketici ve üretici ranti, King Kanunu gibi teorilere yer verilmektedir. Beşinci bölümde ise talep tahlilleri başlığı altında kardinal ve ordinal fayda yaklaşımıları ele alınacaktır. Altıncı bölümde arz tahlilleri başlığı altında üretim fonksiyonu ile eş ürün eğrileri ve üretici dengesi kavramı incelenerek konu başlıklarıdır. Daha sonra üretim maliyetleri kısa ve uzun dönem üretim maliyetleri ve ölçek ekonomileri yedinci bölümde ele alınmaktadır. Sekizinci bölümde tam rekabet piyasaları, dokuzuncu bölümde eksik rekabet piyasaları anlatılmaktadır. Onuncu bölümde millî gelir kavramı ile hesaplanması ilişkin genel bilgiler anlatılmaktadır. On birinci bölümde enflasyon kavramı, on ikinci bölümde istihdam, iş gücü ve işsizlik ile işsizlik çeşitlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır. On üçüncü bölümde para, paranın özelikleri ve fonksiyonları incelenmektedir. On dördüncü bölümde ise para politikası ele alınarak, para politikasının amaç ve araçları açıklanmaktadır.

Prof. Dr. Gülden ÜLGEN

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	III
İÇİNDEKİLER	V
1. İKTİSAT BİLİMI	1
Kazanımlar	1
Birlikte Düşünelim	1
Başlamadan Önce	1
1.1. İktisat Biliminin Tanımı	2
1.2. İktisadi Faaliyetin Niteliği	2
1.3. İktisadi Faaliyetin Çeşitleri	4
1.4. İktisadi Faaliyetlerin Analizi	6
1.4.1. Mikro ve Makro Düzeyde Analiz	7
1.4.2. Statik, Mukayeseli Statik ve Dinamik Analiz	7
1.5. Günümüzde İktisat Biliminin Uğraştığı Başlıca Konular	8
1.6. Ekonomik Sistemler	10
1.6.1. Kapitalist Sistem	11
1.6.2. Sosyalist Sistem	12
1.6.3. Karma Ekonomik Sistem	13
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	15
Kaynakça	17
Bölüm Soruları	18
2. TALEP	21
Kazanımlar	21
Birlikte Düşünelim	21
Başlamadan Önce	21
2.1. Talep Kavramı	22
2.2. Talep Fonksiyonu	22
2.3. Talep Eğrisi ve Talep Kanunu	25
2.4. Talep Eğrisinin İstisnai Durumu - Giffen Paradoksu	27
2.5. Talep Değişmesi ve Talep Eğrisinde Kaymalar	28
2.6. Talep Esnekliği	31
2.6.1. Nokta Esnekliği	34
2.6.2. Yay Esnekliği	36
2.6.3. Çapraz Esneklik	36
2.6.4. Gelir Esnekliği	38
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	40
Kaynakça	42
Bölüm Soruları	43

3. ARZ	45
Kazanımlar	45
Birlikte Düşünelim	45
Başlamadan Önce	45
3.1. Arz Kavramı	46
3.2. Arz Fonksiyonu	47
3.3. Arz Eğrisi ve Arz Kanunu	49
3.4. Arz Değişmesi ve Arz Eğrisi Üzerinde Kaymalar	50
3.5. Arz Esnekliği	53
3.5.1. Nokta Esnekliği	56
3.5.2. Yay Esnekliği	56
3.5.3. Çapraz Esneklik	57
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	58
Kaynakça	59
Bölüm Soruları	60
4. PİYASA DENGESİ	63
Kazanımlar	63
Birlikte Düşünelim	63
Başlamadan Önce	63
4.1. Piyasa Dengesi ve Zaman Dönemleri	64
4.2. Talep Kaymalarının Yarattığı Denge Durumları	65
4.3. Arz Kaymalarının Yarattığı Denge Durumları	65
4.4. Talep ve Arzin Birlikte Kaymalarının Yarattığı Denge Durumları	66
4.5. Esneklik- Kaymalar ve Denge Durumları	67
4.5.1. Talep Esneklikleri Arz Kaymaları ve Denge Durumları	67
4.5.2. Arz Esneklikleri Talep Kaymaları ve Denge Durumları	68
4.6. Talep - Arz - Esneklik Kavramlarına Göre Bazı Uygulamalar	68
4.6.1. Tüketicilerin ve Üreticilerin Rantı	68
4.6.2. Karaborsa Fiyatı	69
4.6.3. King Kanunu	70
4.6.4. Örümcek Ağı (Cobweb Teoremi)	71
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	73
Kaynakça	75
Bölüm Soruları	76
5. TALEP TAHLİLLERİ	79
Kazanımlar	79
Birlikte Düşünelim	79
Başlamadan Önce	79
5.1. Kardinal Fayda Yaklaşımı	80
5.1.1. Fayda, Toplam Fayda	80

5.1.2. Marjinal Fayda - Azalan Marjinal Fayda	80
5.2. Ordinal Fayda Yaklaşımı	82
5.2.1. Kayıtsızlık Eğrileri	83
5.2.2. Kayıtsızlık Eğrilerinin Kullanımı: İkame ve Tamamlayıcı Mallar	87
5.2.3. Bütçe Doğrusu	88
5.2.4. Tüketici Dengesi	90
5.2.5. Tüketici Bütçesindeki Değişim ve Gelir Tüketim Eğrisi	91
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	93
Kaynakça	94
Bölüm Soruları	95
 6. ARZ TAHLİLLERİ	 97
Kazanımlar	97
Birlikte Düşünelim	97
Başlamadan Önce	97
6.1. Üretim Faktörleri	98
6.2. Üretim Fonksiyonu	99
6.3. Azalan Verim Kanunu	100
6.4. Eş-Ürün Eğrileri	101
6.5. Eş-Maliyet Doğruları	103
6.6. Üretici Dengesi	104
6.7. Üretici Bütçesindeki Değişim ve Genişleme Yolu	105
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	107
Kaynakça	109
Bölüm Soruları	110
 7. ÜRETİM MALİYETLERİ	 113
Kazanımlar	113
Birlikte Düşünelim	113
Başlamadan Önce	113
7.1. Kısa ve Uzun Dönem Üretim Maliyetleri	114
7.1.1. Kısa Dönem Maliyet Eğrileri	114
7.1.2. Uzun Dönem Maliyet Eğrileri	117
7.1.3. Uzun Dönem Maliyet Eğrileri ve Ölçek Ekonomileri	120
7.1.3.1. İçsel Ekonomiler	121
7.1.3.2. Dışsal Ekonomiler	122
7.2. Piyasa Dengesi	123
7.3. Piyasa Şekilleri	124
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	125
Kaynakça	126
Bölüm Soruları	127

8. TAM REKABET PİYASALARI	129
Kazanımlar	129
Birlikte Düşünelim	129
Başlamadan Önce	129
8.1. Tam Rekabet Piyasa Tanımı	130
8.2. Tam Rekabet Koşulları	130
8.3. Firma Gelirleri	132
8.4. Kısa Dönem Firma Dengesi	134
8.4.1. Toplam Maliyet - Toplam Gelir Yaklaşımı	134
8.4.2. Marjinal Maliyet - Marjinal Gelir Yaklaşımı	135
8.4.3. Maliyet Farkları ve Firma Dengesi	136
8.5. Uzun Dönemde Firma ve Endüstri Dengesi	138
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	140
Kaynakça	141
Bölüm Soruları	142
9. EKSİK REKABET PİYASALARI	145
Kazanımlar	145
Birlikte Düşünelim	145
Başlamadan Önce	145
9.1. Eksik Rekabet Piyasa Çeşitleri	146
9.2. Monopol Piyasaları	146
9.3. Monopolün Piyasa Şartları	146
9.4. Monopol Piyasasının Oluşumu	146
9.5. Monopolcü Firma Gelirleri	146
9.6. Monopol Piyasalarında Denge Durumu	146
9.6.1. Artan Maliyetler ve Monopol Dengesi	146
9.6.2. Azalan Maliyetler ve Monopol Dengesi	146
9.6.3. Sabit Maliyetler ve Monopol Dengesi	146
9.7. Oligopol Piyasaları	146
9.7.1. Oligopolün Dirsekli Talep Eğrisi ile Açıklanması	146
9.7.2. Anlaşmalı Oligopoller - Karteller	146
9.8. Monopollü Rekabet Piyasaları	146
9.8.1. Kısa Dönem Firma Dengesi	146
9.8.2. Uzun Dönem Firma Dengesi	146
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	159
Kaynakça	160
Bölüm Soruları	161
10. MİLLÎ GELİR	163
Kazanımlar	163
Birlikte Düşünelim	163

Başlamadan Önce	163
10.1. Tanımlar	164
10.2. Millî Gelirin Hesaplanması	165
10.2.1. Üretim Yöntemi ile Millî Gelir	166
10.2.2. Gelir Yöntemi ile Millî Gelir	166
10.2.3. Harcama (Tüketim) Yöntemi ile Millî Gelir	166
10.3. Millî Gelir ile İlgili Diğer Kavramlar	167
10.3.1. Gayrı Safi Yurtıcı Hasıla (GSYİH)	167
10.3.2. Kişisel Gelir	168
10.3.3. Harcanabilir Gelir	168
10.3.4. Kişi Başına Millî Gelir	168
10.3.5. Nominal Millî Gelir ve Reel Millî Gelir	169
10.4. Millî Geliri Belirleyen Faktörler	170
10.4.1. Tüketim	171
10.4.2. Tüketimi Etkileyen Faktörler	171
10.4.3. Tasarruf	172
10.4.4. Yatırım	172
10.4.5. Yatırım Çeşitleri	172
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	174
Kaynakça	175
Bölüm Soruları	176
 11. ENFLASYON	 179
Kazanımlar	179
Birlikte Düşünelim	179
Başlamadan Önce	179
11.1. Enflasyonun Tanımı	180
11.2. Enflasyonun Nedenleri	180
11.2.1. Talep Enflasyonu	180
11.2.2. Arz (Maliyet) Enflasyonu	181
11.3. Enflasyon Çeşitleri	182
11.3.1. Yapısal Enflasyon	183
11.3.2. Kronik Enflasyon	184
11.3.3. Sinsi Enflasyon	184
11.3.4. Hiperenflasyon	185
11.4. Deflasyon	185
11.5. Devalüasyon	186
11.6. Revalüasyon	187
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	188
Kaynakça	190
Bölüm Soruları	191

12. İSTİHDAM, İŞ GÜCÜ, İŞSİZLİK	193
Kazanımlar	193
Birlikte Düşünelim	193
Başlamadan Önce	193
12.1. İstihdam ve İş gücü	194
12.2. İşsizlik	195
12.3. İşsizlik Çeşitleri	195
12.3.1. Yapısal İşsizlik	196
12.3.2. İradî İşsizlik	197
12.3.3. Gayri-iradî İşsizlik	197
12.3.4. Friksiyonel İşsizlik	197
12.3.5. Konjonktürel İşsizlik	198
12.3.6. Gizli İşsizlik	198
12.4. İşsizlik Süresini Belirleyen Faktörler	198
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	200
Kaynakça	202
Bölüm Soruları	203
13. PARA	205
Kazanımlar	205
Birlikte Düşünelim	205
Başlamadan Önce	205
13.1. Paranın Tanımı	206
13.2. Paranın Temel Özellikleri	206
13.3. Paranın Fonksiyonları	207
13.3.1. Değer Ölçüsü ve Hesap Birimi Olma Fonksiyonu	208
13.3.2. Mübadele Aracı Olma Fonksiyonu	208
13.3.3. Değer Olarak Saklanması Fonksiyonu	209
13.4. Para Çeşitleri	209
13.4.1. Mal Para	210
13.4.2. Temsili Para	211
13.4.2.1. Altın ve Gümüş Sertifikalar	211
13.4.2.2. Banknot	211
13.4.2.3. Kâğıt Para	211
13.4.2.4. Bozuk Para	212
13.4.3. Kaydi Para (Banka Parası)	212
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	213
Kaynakça	215
Bölüm Soruları	216
14. PARA POLİTİKASI	219
Kazanımlar	219

Birlikte Düşünelim	219
Başlamadan Önce	219
14.1. Para Politikasının Amaçları	220
14.1.1. Tam İstihdam	220
14.1.2. Fiyat İstikrarı	221
14.1.3. Faiz Oranı İstikrarı	221
14.1.4. Ekonomik Büyüme	221
14.1.5. Ödemeler Bilançosu Dengesi	221
14.2. Para Politikasının Araçları	222
14.2.1. Açık Piyasa İşlemleri	222
14.2.2. Reeskont Oranları	223
14.2.3. Zorunlu Karşılık Oranları	223
14.2.4. Kredi Tavanı	224
14.2.5. Selektif Kredi Kontrolleri	224
14.3. Para Politikası Kuralları	224
Bu Bölümde Ne Öğrendik?	226
Kaynakça	228
Bölüm Soruları	229



1. İKTİSAT BİLİMLİ

“Ekonominin ilk dersi kıtlıktır. İsteyenleri tatmin edecek hiçbir şey asla yeterli değildir.”

Thomas Sowell



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- İnsan ihtiyaçlarının karşılanmasıında kritik kaynakların akılçılık kullanımı zorunlu hale getirdiğini görebilir.
- İktisadi olay ve faaliyetlerin mikro ve makro analiz şeklinde yürütüldüğünü öğrenebilir.
- Ekonomik sistemlerin, ekonomik çabaların sosyal örgütlenme biçimini ve hukuki çerçevesini ortaya koyduğunu ve bu doğrultuda üç farklı ekonomik sistemin olduğunu öğrenebilir.

Başlamadan Önce

İktisat biliminin tanımı; iktisadi faaliyetlerin, üretim, dolaşım, bölüm ve tüketim olarak çeşitleri açıklanacaktır. Bunun yanı sıra iktisadi faaliyetler küçük birimlerin iktisadi davranışları olarak bireysel ve firma bazında mikro düzeyde, ekonominin bütününe kapsayacak şekilde toplumsal olarak makro düzeyde ele alınacaktır. İktisadi faaliyetlerin zaman boyutu olarak değerlendirilmesi söz konusu olduğunda ise statik, mukayeseli statik ve dinamik analiz başlıkları altında inceleneciktir.

Birlikte Düşünelim

1. İktisadi davranış ve faaliyetleri karakterize eden unsurlar nelerdir?
2. İktisadi faaliyetler kaç şekilde gruplandırılmaktadır?
3. İktisadi faaliyetlerin yürütülmesinde belirli bir organizasyon veya ekonomindeki tüm unsurların bir bütün halinde ahenkli çalışmasını ifade eden kavram nedir?

1.1. İktisat Biliminin Tanımı

İnsan gereksinmelerini karşılayan kaynaklar sınırsız olsaydı iktisat biliminin ortaya çıkması olanak dışı kalırdı. Bilindiği üzere insan ihtiyaçları sınırsız olmasına karşın; bu ihtiyaçları karşılayacak mal ve hizmet miktarı sınırlıdır (Bocutoğlu ve Berber, 2016).

Toplumun kaynakları sadece doğanın serbestçe sunduğu toprak, orman ve madenlerden oluşmamaktadır. Bunun yanı sıra fiziki ve zihni emeğe de ihtiyaç bulunmaktadır.

Kaynakların sınırlılığı her ekonomi için var olan genel ve sürekli bir sorundur. Bu durumda sınırlı kaynakların kullanımında bir seçim yapmak hangi malların üretilceği üzerinde bir karara varmak zorunluluğu açıktır (Çiçek, 2017).

Böylece belirli bir amaca varmak için sınırlı kaynakların israf edilmeden en etkili biçimde kullanılabilmesi için hangi malların, hangi metodlarla kimler için üretileceği konusu da önem kazanmaktadır.

İktisat biliminin önemli konularından biri de tercihin hangi şartlarda hangi etkenler sonucu yapıldığını araştırmaktır.

Ayrıca toplum içinde yaşayan insanlar, ürettikleri malları birbirleri ile değiştirmekte; iktisat diliyle mübadele etmektedir. Bu nedenle iktisat biliminin konularından biri de mübadeledir. Böylece iktisat bilimi; kit kaynaklarının nasıl dağıtıldığını ve üretilen malların hangi şartlarda mübadele edildiğini incelemektedir (Hall ve Lieberman, 2012).

Tüm bu açıklamalar doğrultusunda iktisat bilimi; üretim ile tüketim veya arz ile talep arasında dengenin nasıl olduğunu ve üretim faktörlerinin (toprak, emek, sermaye ve girişimci) nasıl kullanıldığı inceleyen bir bilim olarak tanımlanmaktadır.

1.2. İktisadi Faaliyetin Niteliği

İktisadi faaliyetler; insanların ihtiyaçlarını karşılamak, içinde bulundukları maddi şartları düzeltmek, refah düzeylerini artırmak amacıyla yaptıkları faaliyetlerdir. Bu faaliyetlerin amacı, ihtiyaçlarla bu ihtiyaçları tatmine yarayan araçlar arasındaki uyumsuzluğu gidermektir. İhtiyaçlarla bunları gidermeye kullanılan araçlar arasındaki uyumsuzluk **kitlek** terimi ile ifade edilmektedir (Hey, 2003). Buna göre iktisadi faaliyet kitlek gidermeye yönelik insan faaliyetleridir, ona karşı girişilmiş bir mücadeledir.

İnsanlar çeşitli şeylere ihtiyaç duymaktadırlar. Bunlar yiyecek, giyecek, barınma, eğitim vb. olarak sayılabilir. Bu ihtiyaçları tatmine yarayan unsurlara mal denilmektedir. Mallar faydalı olarak ihtiyaçları karşılamaktadır. (Ülgen 2019). İnsanlar ihtiyaçlarını karşılamadıkları takdirde ya hayatlarını devam ettirememekte veya hayattan zevk almamaktadır. Bu nedenle insanların yaşamaları ve hayat standartlarını düzenlemeleri ihtiyaçları ile bunları tatmine yarayan mallar arasında kuracakları dengeye bağlı olmaktadır (Kirman ve Laped, 1991).

Ancak ifade etmek gerekliliği, insanlar bugüne kadar hiçbir yerde ve hiçbir zaman bu dengeyi kuramamışlardır. Çünkü ihtiyaçlarla mallar arasında bazı den-

gesizlik sebepleri bulunmaktadır. Bu sebeplerin en önemlisi insanların doğasından kaynaklanan ihtiyaçların sınırsız genişleme eğilimine sahip olmasıdır. Buna karşın mallar ihtiyaçlara nazaran ya miktar bakımından yetersiz ya da yer ve zaman bakımından uyumsuzdur. Malların yetersizliği tabiattan kaynaklanmaktadır (Krugman ve Obstfeld, 2003). Çünkü tabiattaki maddeler (hammadde, enerji) sınırlıdır, insanların çalışma gücü sınırlıdır, zaman sınırlıdır. Bu nedenle sınırlı imkânlarla sınırsız ihtiyaçları karşılamak oldukça güç bir durumu ortaya çıkarmaktadır.

Bu durum insanları rasyonel davranışmaya itmektedir. İnsan ihtiyaçlarının tatlminini en iyi şekilde gerçekleştirebilmek için; sınırlı kaynakları mümkün olabileceği kadar rasyonel kullanmak gerekmektedir. Toplumun en çok istediği mal ve hizmetlerin üretimi doğrultusunda bunları tahsis ederek kaynak israfı önlenmelidir (Krugman ve Wells, 2012). Çünkü iktisadi kaynaklar sınırlı olduğundan bunların yardımıyla üretilen mal ve hizmetler de sınırlı olmakta ve bunlara **iktisadi mallar** denilmektedir. Bu durumda iktisadi malların belirli bir maliyeti ve fiyatı bulunmaktadır. Bir mal ne kadar az kaynak ve az maliyetle üretilebilirse; diğer ihtiyaçları karşılayacak mal üretimlerini sağlamak o derece mümkün olmaktadır.

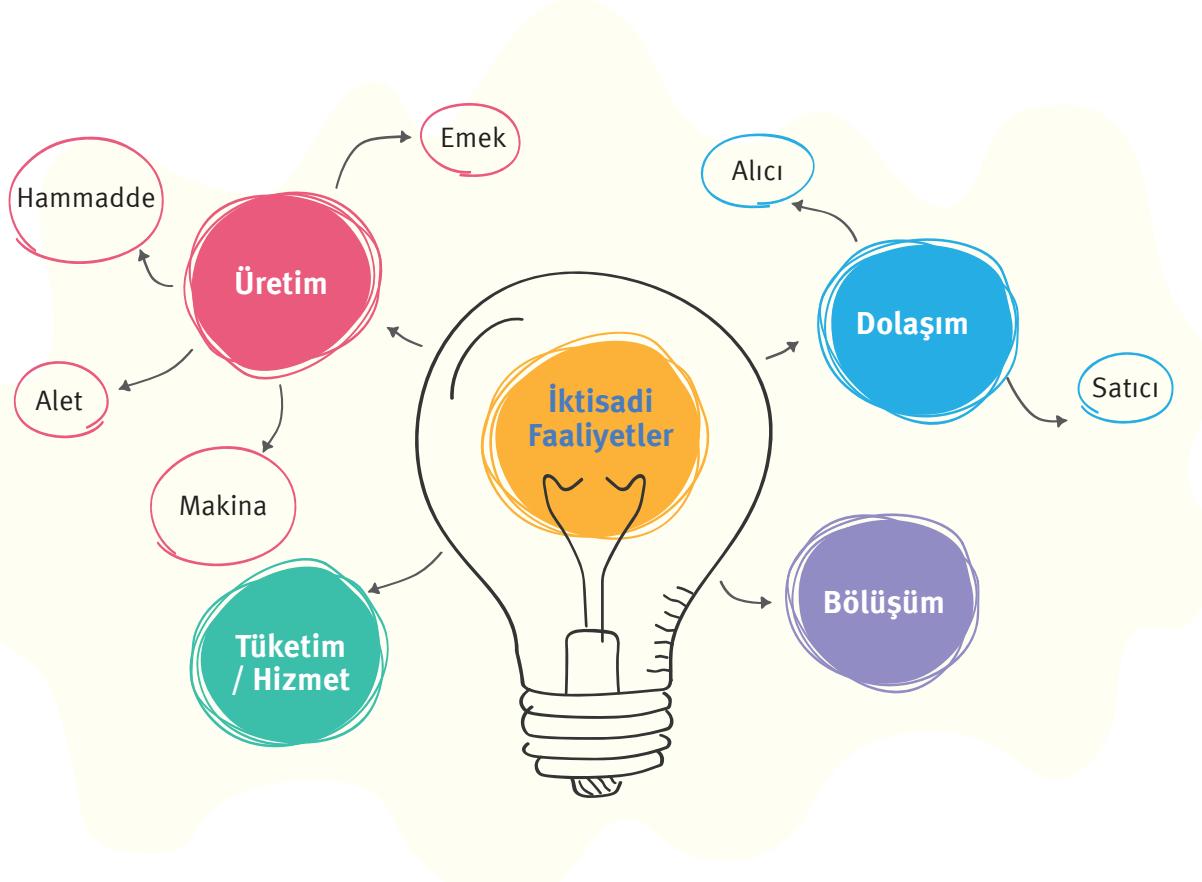
Bu nedenle tüketime veya üretime yarayan mal ve kaynakları kullanırken; çeşitli tercih ve seçme olanakları bulunmaktadır. Yukarıda da ifade edildiği üzere kaynakların kıtlığı sorunu nedeniyle en gerekli (tüketim ve üretim) kullanma imkânının seçilmesi gerekmektedir. İhtiyaçlarla mallar arasındaki dengesizlik ancak bu şekilde giderilebilmektedir. Bu seçimi yapabilmek için bilerek veya bilmeyerek karşılaşmalar yapılmaktadır. Çeşitli kullanma imkânlarından en yüksek tatmini veya en büyük getiriyi yani ürünü sağlayan kullanma imkânının seçilmesine **rasyonel davranış** veya **iktisadi davranış** denilmektedir (Perloff, 2001).

Ancak burada ifade edilmesi gereken diğer bir husus; herhangi bir şeyden daha fazla elde etme kararının; başka bir şeyden daha az sahip olmaya neden olacağı gerçeğidir. Yani bir seçime karşılık başka bir şeyden vazgeçme maliyeti şeklinde ifade edilen bir fedakârlığa katlanmaya mecbur kalınması durumudur (Phelps, 2015).

İşte bütün iktisadi davranış ve faaliyetleri karakterize eden unsurlar; kıt kaynakların rasyonel kullanılması ve yapılan seçime karşılık katılan fedakârlıktır. Gelirleri tüketim harcamaları ve tasarruflar şeklinde kullanırken, üretim unsurlarını şu veya bu bileşimde ve şu veya bu alanda kullanırken; zamanı çalışma ve boş vakitler arasında bölerken; farkında olarak veya olmayarak bu unsurlara göre davranışmaktadır. Bu şekilde davranış olmadığı takdirde eldeki sınırlı kaynaklar israf edilmekte, ihtiyaçlar imkânlar ölçüsünde karşılanmamış olmakta, sıkıntı ve darlık durumu ortaya çıkışlı bulunmaktadır. Bu gerçek karşısında rasyonel davranışın hedefi; kıtlığı azaltmak, ihtiyaçlarla mallar arasında mümkün olan en iyi dengeyi kurmaya çalışmaktadır.

1.3. İktisadi Faaliyetin Çeşitleri

İktisadi faaliyetler kırılgıa karşı girişilen ve malların rasyonel idaresi şeklinde beliren, bilinçli, içinde bulunduğu zamana ve geleceğe ait davranışlardır. Bu faaliyetleri dört ana başlık altında gruplamak mümkündür. Bunlar üretim, dolaşım, bölüşüm ve tüketim biçiminde ayrılmaktadır. (Ülgen, 2019).



Görsel 1. İktisadi Faaliyetler

Üretim: İhtiyaçımızı karşılayan malların esas kaynağı tabiatdır. Ancak günümüz medeniyet düzeyinde bize ihtiyaçımızı doğrudan doğruda gideren hiçbir madde verememektedir. Tabiatın verdiği daha ziyade hammaddelerdir. Bu maddeler emek ile makine ve aletlerle, kısa veya uzun bir işleme tabi tutularak ihtiyaçları karşılayacak hale gelmektedir. İşte malların ihtiyaçları tatmine yarayacak hale gelmesine üretim, bunu gerçekleştirmek için kullanılan hammade, emek, makine, alet gibi unsurlara da üretim faktörleri denilmektedir.

Dolaşım: İkinci iktisadi faaliyet grubu servetlerin dolaşımıdır. İhtiyaçların çokluğu ve bunları karşılayacak malları bizzat yapabilmenin imkânsızlığı insanları ihtiyaçları olan malları mübadele yolu ile sağlamaya yönelmiştir. Ancak mübadelenin gerçekleşmesi için tarafın kabul edeceğine bir mala sahip olması

gerekmektedir. İnsanlar mübadeleye çok eski devirlerde girmiştir. Çünkü bazı maddeler sadece belirli ülke ve bölgelerde yetişirken; bazı işler de özel bir beceri ve uzmanlaşmayı gerektirebilmektedir (Truett ve Truett, 2001).

Bu nedenle farklı doğal şartlardan veya uzmanlaşma sonucu elde edilen elverişli şartlardan doğan mallar; insanlar, bölgeler ve ülkeler arasında mübadelelere sebep olmaktadır. Böylece insanlar ihtiyaçlarını karşılamak için; en elverişli, en az zahmetli, en verimli yolu seçmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda mübadele de bir üretimdir, fakat dolaylı bir üretimdir.

İktisat döneminde değiş tokuşlar paralı mübadele şeklinde olup; satıcılar ve alıcılar piyasada karşılaşmaktadır. Para hem malların el değiştirmesini sağlamaktır hem de onların mübadele değerlerini yani fiyatlarını göstermektedir.

Bölüşüm: İktisadi faaliyet grubunun üçüncüsü gelirin bölünmesidir. Yukarıda da ifade edildiği üzere üretim yani ihtiyaçları tatmine yarayan malların meydana getirilmesi için birtakım üretim faktörleri (emek, hammadde, makine) kullanılmaktadır. O halde üretim ünitesi yani üretici, birtakım değerler (mallar, hasıla) yaratmak için birtakım değerler (ürtim faktörleri) harcamak zorundadır. İktisadi düzen paralı mübadeleye dayandığından yaratılan değerler de kullanılan değerler de para cinsinden ifade edilmektedir. Çünkü, yaratılan değerler para ile satılmakta, kullanılan değerler de para ile alınmaktadır. Üreticinin sattığı değerlere karşılık aldığı paralara satış geliri, satın aldığı değerlere karşılık ödediği paralara da üretim masrafları denilmektedir (Tunca, 2014).

Buna göre üreticinin üretim masrafı olarak ödediği paralar üretimde katılan üretim faktörü sahiplerinin gelirini oluşturmaktadır. Böylece üretim yapılrken bir taraftan mallar, diğer taraftan gelirler yaratılmaktadır. Yaratılmış olan değerler üretimde katılan unsurlar arasında şu veya bu ölçüye veya usule göre paylaşılmalıdır. İşte buna **bölüşüm** veya **gelirin bölünmesi** denilmektedir.

Tüketim: Yapılan sıralamaya göre iktisadi faaliyetlerin dördüncüsü tüketime ait faaliyetlerdir. Aslında tüketim, iktisadi faaliyetlerin başlangıç noktasını teşkil etmektedir. Çünkü bütün iktisadi faaliyetler ihtiyaçlarla başlamaktadır. Ancak iktisadi faaliyetler zinciri tüketim ile son bulduğu için tüketim iktisadi faaliyetin variş noktasını da teşkil etmektedir.

Bu doğrultuda tüketim; insanların doğrudan doğruya tatmini için mal ve hizmetlerin yok edilmesi (ekmek) veya zamanla yavaş (elbise) kullanılmasıdır. Ancak yok oluş veya zamanla kullanma bir ihtiyacı tatmin ettiği ölçüde tüketim sayılmaktadır. (Ülgen, 2019).

Diğer yandan hizmetler de tüketim kavramı içinde değerlendirilmektedir. Çünkü hizmetler de mal sayılmakta ve ihtiyaçları tatmin etmektedir. Bir doktorun hizmeti de bir tüketimdir.

Yukarıda açıklanan iktisadi faaliyetler konusunda klasik ve modern iktisatçılar arasında farklı görüşler ileri sürülmüştür. Buna göre klasikler; bu faaliyetleri birbirinden tamamen bağımsız ve zaman içinde birbirini izleyen faaliyetler olarak tanımlamışlardır. Oysa modern iktisatçılar bu görüşü kabul etmeyip; zaman



İpucu

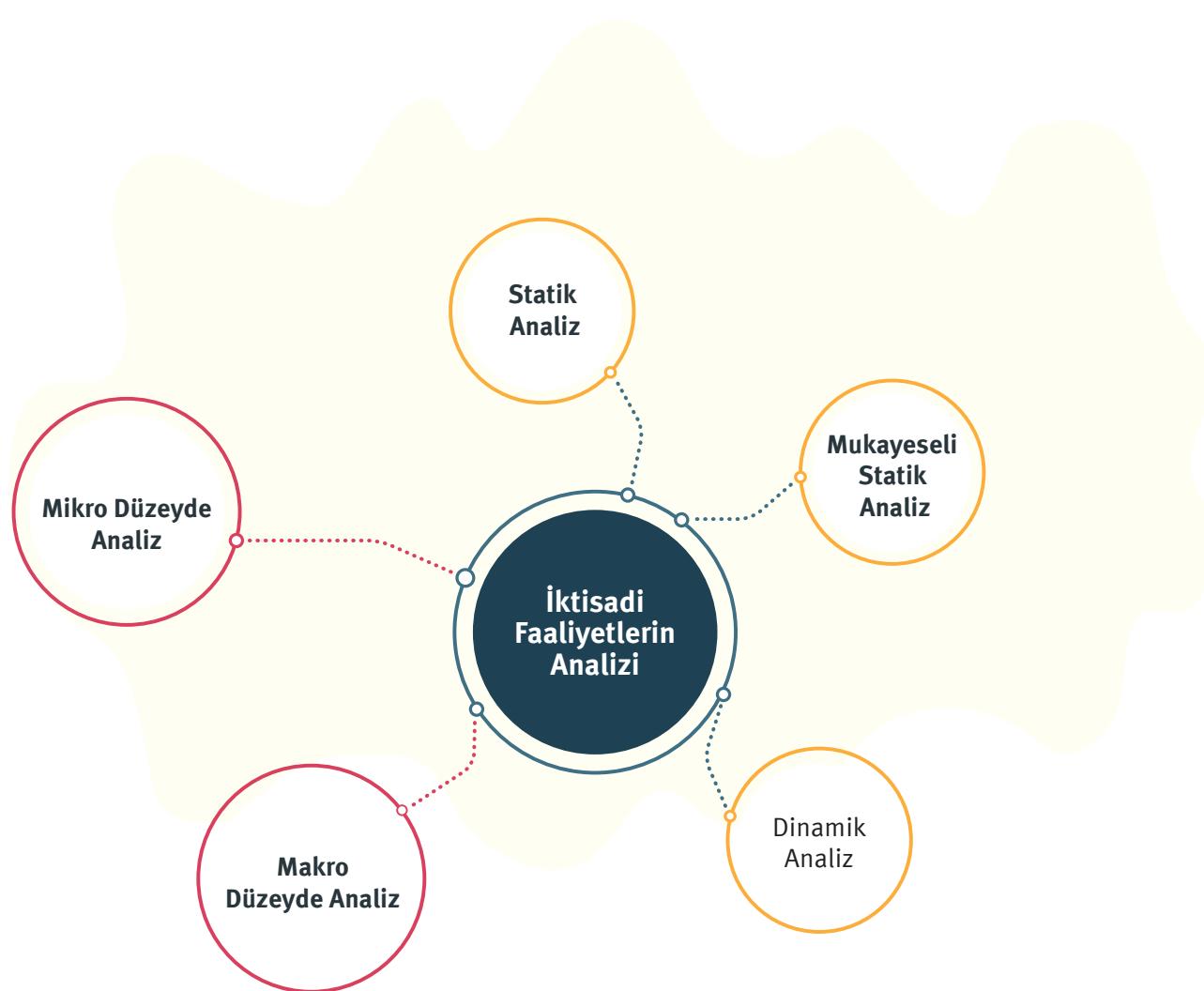
Paranın Fonksiyonları konusuna
13. Bölümde yer verilecektir.

içinde birbirini takip eden üretim, dolaşım, bölüşüm ve tüketim faaliyeti olarak ayrı ayrı sıralanamayacağını ileri süremlerdir. Onlara göre iktisadi faaliyetler birbirlerine organik bağlarla bağlı bir bütün teşkil etmektedir (Yıldırım ve diğerleri, 2012).

Gerçekte günümüzde iktisadi faaliyetleri birbirinden ayırmaya, ayrı düşünmeye imkân yoktur, çünkü birbirleriyle etkileşim içindedirler. Bu nedenle bir tarafta meydana gelen bir iktisadi olay kısa sürede ekonominin diğer sektörlerine hatta diğer ülke ekonomilerine de yansıyarak o sektör veya ülke ekonomisinde etkiler yaratabilmektedir.

1.4. İktisadi Faaliyetlerin Analizi

İktisadi olay ve faaliyetleri çeşitli ölçülere göre incelemek mümkündür. Bu inceleme büyüklükleri ve süreleri bakımlarından yapılmaktadır.



Görsel 2. İktisadi Faaliyetlerin Analizi

1.4.1. Mikro ve Makro Düzeyde Analiz

İktisadi olay ve faaliyetler büyüklükleri bakımından Mikro ve Makro olmak üzere iki şekilde incelenebilirler.

Mikro Düzeyde Analiz:

Bu analizde birimin yani bir kişinin, bir ailinin ya da bir girişimin iktisadî davranış ve faaliyetleri incelenmektedir. (Ülgen, 2014).

Bu analizde küçük birimlerin iktisadî davranış ve faaliyetleri incelenmektedir. Örneğin: Bir kişinin gelirini tüketim ve tasarruf olarak ayırırken; tüketime ayırdığı kısımları kullandığında yaptığı seçimler, gösterdiği davranışlar belirlenmektedir. Buna göre inceleme konusu bağımsız şekilde davranışan bir birimin hareket ve faaliyetleridir.

Makro Düzeyde Analiz:

Burada bir toplumun yani bir milletin iktisadi davranış ve faaliyetleri incelenmektedir. Örneğin: Türk ekonomisi ele alınmakta ve Türk ekonomisinde Millî gelirin ne kadarının tüketime ve ne kadarının tasarrufa ayrıldığı belirlenmektedir. Makro analizde bireysel olaylar üzerinde değil global olaylar üzerinde durulmaktadır. Ancak unutmamak gereklidir ki bu bütün içinde bağımsız olarak davranışan pek çok birimler bulunmaktadır.

1.4.2. Statik, Mukayeseli Statik ve Dinamik Analiz

İktisadi olay ve faaliyetler, süreleri bakımından Statik, Mukayeseli Statik ve Dinamik olmak üzere üç şekilde incelenmektedir.

Statik Analiz:

Bu analizde zaman unsuru ve onun getireceği değişiklikler dikkate alınmadan, iktisadi olay ve faaliyetlerin belli bir anı seçilmekte ve iktisadi olay ve faaliyetlerin bu andaki durumu incelenmektedir. Bir girişimin veya bir ülke ekonomisinin belli bir andaki durumunun incelenmesi gibi.

Mukayeseli Statik Analiz:

Burada iktisadi olay ve faaliyetlerin belirli zamanlara ait durumları alınmakta, bunlar sıralanmakta ve değişik zamanlara ait durumlar üzerinde inceleme yapılmaktadır. Yani mukayeseli statik analizde bir iktisadi olayı oluşturan öğelerin iki ayrı zaman anındaki durumları karşılaştırılmaktadır.

Dinamik Analiz:

Bu analizde de zaman unsuru ve bunun getireceği değişiklikler göz önünde tutulmak şartıyla iktisadi olay ve faaliyetler incelenmektedir. Değişmeler ile bu değişmelerin sebepleri, yönleri belirlenmektedir. Dinamik analiz kısa ve uzun devre olmak üzere ikiye ayrılır.



Anahtar Kavram

Çalışma Saati: Ortalama olarak bir işçinin bir saatlik çalışmasını ifade eden, sayısal çalışmalarla bir işin yapılması veya üretimin gerçekleştirilmesi için harcanan emek zamanını ölçümede kullanılan birimdir.



İpucu
Enflasyon çeşitleri konusuna
11. Bölümde yer verilecektir.

Kısa devrede toplumun üretim teknikleri ile sosyal davranışlarının (Örneğin: tüketim ve tasarruf eğilimleri gibi) değişmesi söz konusu olmamaktadır. Bu devrede yalnızca **çalışma saatlerini** veya çalışan insan sayısını değiştirmekle üretim hacmi ve mal stokları değişimle bilmektedir. Mal fiyatlarındaki değişimler bunların taleplerinde değişiklikler yaratmaktadır.

Uzun devrede ise toplumun; sosyal davranışlarının, sermaye malları hacminin, üretim hacminin, gelir seviyesinin, mallara karşı olan taleplerin değişime uğramasını sağlayacak kadar uzun bir süreç söz konusu olmaktadır. Burada sadece üretim tekniğinde değişme olmamaktadır. Eğer bu devre 20-50 yıl gibi çok uzunsa bu takdirde bütün unsurlar değişmektedir. Bu değişim aynı zamanda toplumda bünyesel değişimlere de sebep olmaktadır. (Ülgen, 2014).

1.5. Günüümüzde İktisat Biliminin Uğraştığı Başlıca Konular

İktisat biliminin gelişmesi yönündeki bu çalışmalar İkinci Dünya Savaşı'nın ve ondan sonraki devrenin ortaya çıkardığı yeni sorun ve düşüncelerle daha da hızlanmıştır. Günüümüzde artık ihtiyaçlarımızı daha iyi karşılamak, amaçlarımızı daha iyi ve daha çabuk gerçekleştirmek için iktisadi hayatın işleyişine ve gidişine etki yapılmaktadır. İktisat politikasının görevi, ekonominin yüksek bir çalışma seviyesine ulaşmasını sağlamak ve dengesizlik haline düşmesini önlemektir. Gerçekten ekonomilerde zaman zaman daralma veya genişleme, iç veya dış dengesizlik, **enflasyon** veya deflasyon gibi olaylara rastlanmaktadır. Bunlar mal ve para (gelir) akımlarında meydana gelen dalgalanmalardır. Bunların anıtlarını kısaca belirtmekte yarar vardır. (Ülgen, 2019).

Daralma (resesyon): Ekonomide üretim ve istihdam düzeyinin düşmesi demektir. Böylece işsizlerin sayısı artmakta, toplum fakirleşmektedir.

Genişleme (ekspansiyon): Ekonominin üretim ve istihdam seviyesinin yükselmesidir. Genişleme sonrası toplumun refahı artar. Genişleme ekonomide boş kaynak varsa olur, boş kaynak yoksa enflasyona dönüşür.

İç denge: Yurtçi fiyat seviyesinin istikrarını sürdürmesi halidir. Bu durumda para değerini (satın alma gücünü) korur. Fakat bazen genel fiyat seviyesi bozulur, fiyatlar anormal derecede düşer veya yükselir. Bu iç dengesizlik halidir. Günüümüzde en çok rastlanılan iç dengesizlik hali enflasyondur.

Dış denge: Bir ülkenin belli bir dönemde, örneğin bir yıl içinde diğer ülkeler karşısındaki ekonomik ilişkilerini (alacak ve borçlarını) ödemeler bilançosu yansıtır. Ödemeler bilançosu alacaklı ve borçlu kalıntı vermeyen ülke dış denge halindedir. Ödemeler bilançosu alacak ve borç fazlası veren ülke dış dengesizlik haline düşmüştür.

Enflasyon: Ekonomide genel arzla (mal), genel talep (satın alma gücü) arasındaki dengenin bozulması ve bunun sonucunda fiyatların yükselmesidir. Aşırı talep halinin meydana gelmesinden doğan bu olay, günümüzde gelişmiş ya da azgelişmiş bütün ülkeleri uğraştıran bir dengesizlik halidir (Çiçek, 2017).

Deflasyon: Ekonomide genel talebin azalması yüzünden fiyat seviyesinin ve neticede üretim hacminin düşmesi demektir.



Daralma (Resesyon):

Ekonomide üretim ve istihdam düzeyinin düşmesi demektir. Böylece işsizlerin sayısı artmakta, toplum fakirleşmektedir.



Dış Denge:

Bir ülkenin belli bir dönemde, örneğin bir yıl içinde diğer ülkeler karşısındaki ekonomik ilişkilerini (alacak ve borçlarını) ödemeler bilançosu yansıtır. Ödemeler bilançosu alacaklı ve borçlu kalıntı vermeyen ülke dış denge halindedir. Ödemeler bilançosu alacak ve borç fazlası veren ülke dış dengesizlik haline düşmüştür.



Genişleme (Ekspansiyon):

Ekominin üretim ve istihdam seviyesinin yükselmesidir. Genişleme sonrası toplumun refahı artar. Genişleme ekonomide boş kaynak varsa olur, boş kaynak yoksa enflasyona dönüşür.



İç Denge:

Yurtıcı fiyat seviyesinin istikrarını sürdürmesi halidir. Bu durumda para değerini (satın alma gücünü) korur. Fakat bazen genel fiyat seviyesi bozulur, fiyatlar anomal derecede düşer veya yükselir. Bu iç dengesizlik halidir. Günümüzde en çok rastlanılan iç dengesizlik hali enflasyondur.



Enflasyon:

Ekonomide genel arzla (mal), genel talep (satın alma gücü) arasındaki dengenin bozulması ve bunun sonucunda fiyatların yükselmesidir. Aşırı talep halinin meydana gelmesinden doğan bu olay, günümüzde gelişmiş ya da azgelişmiş bütün ülkeleri uğraştıran bir dengesizlik halidir (Çiçek, 2017).



Deflasyon:

Ekonomide genel talebin azalması yüzünden fiyat seviyesinin ve neticede üretim hacminin düşmesi demektir.

Görsel 3. Günümüzde İktisat Biliminin Uğraştığı Başlıca Konular

Her ekominin amacı insanıdır; ihtiyaçların karşılanması ve refahıdır. Buna karşın hem nüfus miktarı her gün artmakta hem de ihtiyaçlar artmakta ve genişlemektedir. O nedenle ülke ekonomisinin bunları karşılayacak bir hızla gelişmesi yani üretim hacminde devamlı, önemli reel (mal cinsinden) artışlar olması gerekmektedir. Üretimin artması üretim kapasitesinin yükselmesi ile olmaktadır. (Ülgen, 2019).

Günümüzde gelir dağılımına devlet müdahalesi sosyal açıdan zorunludur. Devlet bunu asgari ücret düzeyini belirlemek, gelire oranlı vergi almak, karşılıksız (transfer) ödemelerde bulunmak, geniş kapsamlı sosyal güvenlik tedbirleri koymak suretiyle yapmaktadır. Bu konudaki çalışmalar uluslararası alana da geçmiştir. Özellikle uluslararası ticarette ticaret hadlerinin geri kalmış ülkeleri koruyacak şekilde düzenlenmesi gibi bu tür ülkelerin kalkınmalarını hızlandırmak için (dış yardımlar gibi) gittikçe daha fazla çaba gösterilmektedir.

1.6. Ekonomik Sistemler

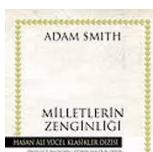
Ekonomik sistem kavramı ile bir ülke ekonomisinde iktisadi faaliyetlerin hükmü sürdürdüğü maddi ve manevi (sosyal-siyasal-ekonomik) kadrolar kastedilmektedir. Bu kadro çeşitli unsurlardan meydana gelmektedir (Bocutoğlu ve Berber, 2016). Bu unsurları üç ana grupta toplamak mümkündür.

1. İktisadi faaliyetin amacı: İktisadi faaliyet ya kişisel ya da toplumsal faydalı yönelik olarak gerçekleştirilmektedir.
2. Sosyal ve hukuki kuruluşlar: Çeşitli malların mülkiyeti kime aittir, servetlerin yaratılması ve bölünmesi nasıl gerçekleştirilmektedir?
3. Üretimde kullanılan tekniklerin üretimin kalitesi üzerindeki etkileri nelerdir konularını kapsamaktadır.



Okuma Önerisi

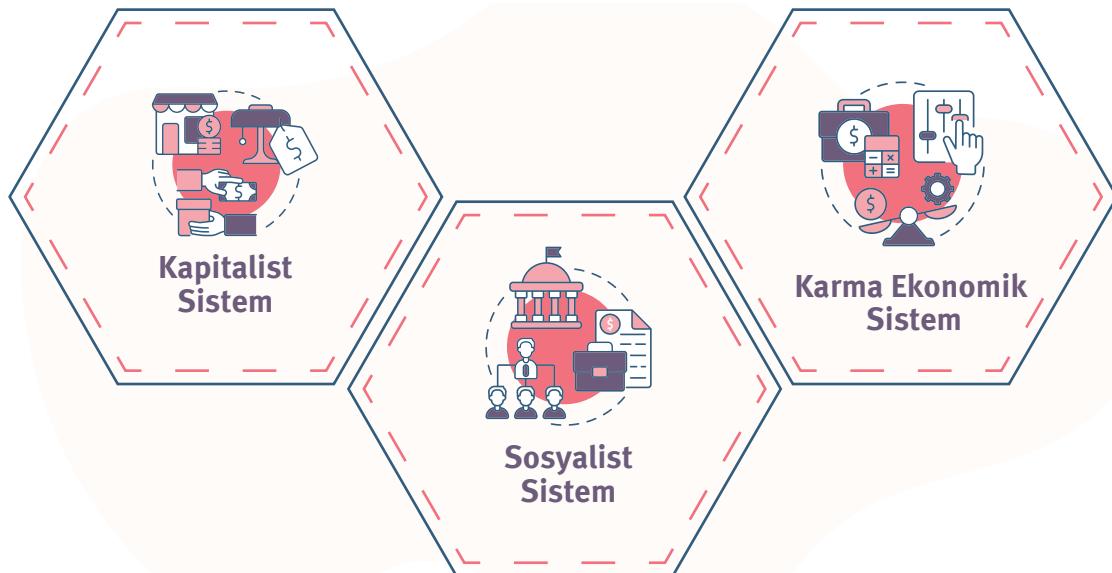
Smith, A. (2006). *Milletlerin Zenginliği*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayıncılığı.



Ekonomik sisteme ihtiyaç; insanların toplum halinde yaşamaları ve bunun doğal sonucu olarak da iş bölümü ve uzmanlaşmaya gitmelerinden kaynaklanmaktadır. Bu durum bir başka unsuru rekabet kavramını da gündeme getirmektedir. Çünkü günümüzde iş bölümü, uzmanlaşma ve üretimden daha fazla pay alma arzusu rekabeti etkin hale getirmektedir. İşte bu noktada toplum içindeki iktisadi faaliyetleri iyi bir şekilde organize etme gerekliliği doğmaktadır. Bir toplumun gelir dağılımını adil esaslara bağlayacak, işsizliği önleyecek, üretimi verimli kılacak ve gelişmeyi sağlayacak bir organizasyona ihtiyacı bulunmaktadır.

Ekonomik sistem belirli bir organizasyon veya ekonomideki tüm unsurların bir bütün halinde ahenkli çalışmasını ifade etmektedir. (Ülgen, 2019).

İşte bu unsurların bileşimine göre çeşitli ekonomik sistemler ortaya çıkmıştır. Her sistem toplum fertlerinin refah düzeyini yükseltmeyi hedeflediğinden aynı amaca yönelikir. Sistemler arası fark o amaca ulaşacaktır araçlarda görülmektedir. Burada hukuki kurumlar, mekanizmaların niteliği veya mülkiyet şekillerinin farklılığı söz konusu olmaktadır.



Görsel 4. Ekonomik Sistemler

Günümüzde farklı ekonomik sistemler vardır. Bu sistemler kapitalist ve sosyalist sistem olarak tanımlanmaktadır. Toplumda üretim araçlarının mülkiyeti bireylerin elinde ise, üretim kararlarını bireyler veriyor ve gerçekleştiriyorsa kapitalist sistemdir. Buna karşılık üretim araçları kamunun mülkiyetinde ise ve üretimin organizasyonunda kamu kesimi yetkili ise sosyalist sistemdir. Bünyesinde her iki kesimi içeren sistemlere de karma ekonomik sistem adı verilmektedir (Bocutoğlu ve Berber, 2016).

1.6.1. Kapitalist Sistem

Kapitalizm, inisiyatının ve üretim araçları mülkiyetinin bireylere ait olduğu iktisat sistemidir. Bu sistem Batı Dünyasında 18. yüzyıldan bu yana devam eden uygulamalardan doğmuştur. Klasik iktisatçıların geliştirdikleri düşünce temeline dayanmaktadır.

Kapitalist sistemde iktisadi faaliyetin amacı müteşebbislerin kârlarını, çalışanların ise gelirlerini artırmaya yönelikir. Üretim araçları özel kişilerin elindedir. Bu sistemde arazi, binalar, alet ve makineler, ham madde vs. gibi fiziki üretim araçlarının mülkiyeti bireylere aittir. Bu unsurlara şahıslar ayrı veya ortak olarak sahip olabilmektedir. Girişim serbestliği ve özel mülkiyet kapitalist sistemin önemli koşullarındandır. Girişimciler üretim kararlarını tüketicilerin istekleri doğrultusunda almaktadır. Bu durum üretici ile tüketiciyi piyasa mekanizmasında karşı karşıya getirmektedir. Üretim ile tüketim arasındaki dengeyi piyasa mekanizması sağlamaktadır. Bu da çeşitli (emek, sermaye, mal ve hizmetler piyasaları gibi) piyasalarda tarafların serbest davranışları sonucunda olmaktadır. Piyasada fiyatlar ile üretim faaliyetine katılanların gelirleri oluşturmaktadır (Krugman ve Wells, 2012).

Kapitalist sistemin geçerli olduğu bir toplumda devlet doğrudan doğruya iktisadi faaliyette bulunmamaktadır. Devletin görevi başlıca kolektif ihtiyaçları karşılayacak düzenleyici tedbirler almaktır. Herkesin kendi şahsi çıkarını maksimum kılacak şekilde hareket etmesi halinde toplum çıkarlarının da gözetilmiş olacağı kabul edilmektedir. Temel iktisadi problemlerin çözümü piyasa mekanizmasının otomatik işleyişine ve fiyatların yol gösterici, yön verici fonksiyonuna bırakılmaktadır.

Kapitalist sistem zaman içinde bazı değişikliklere uğramıştır. Bu değişiklikleri; üretim bünyesinin değişmesi, sendikaların etkilerinin kuvvetlenmesi ve devlet müdahalesinin artması şeklinde ifade etmek mümkündür.

Sistemin başlangıcında; işletmeler küçük, sayıca çok ve birbirleriyle rekabet halindedir. Ancak gelişmeler neticesinde işletmeler bazı sektörlerde büyümeye kaydetmişlerdir. Bu durum sonucunda firmalar rakiplerini ya ortadan kaldırarak veya onlarla anlaşarak, rekabeti ortadan kaldırılmışlardır. Böylece bu sistemde fiyatlar ve ücretler eskisi kadar esnek olmamakta; piyasada en güçlü firmanın sözü geçmektedir.

Sendikaların doğuşları ve gelişmeleri, grev hakkının tanınması işçi sınıfını kuvvetlendirmiştir. Bu da ücretleri düşürmeyi zorlaştırmış, buna karşı produktivite artışından paylarını alma imkânına kavuşturmuştur. Bu da ücret seviyesinin genel olarak yüksek olmasını sağlamıştır.

19. yüzyılda sanayi devrimi neticesinde; sermaye birikimi konusunda piyasaların dengesi bozulmuş, monopol ve oligopol piyasaları giderek yaygınlaşmıştır. Uluslararası ticaretin gelişmesi, çalışma hayatı ile ilgili sorunlar ve ekonomik istikrarsızlığın daha sıklıkla ve ağır bir şekilde tekrarlanması devleti iktisadi hayatı müdahaleye ve düzenleyici politikalar uygulamaya yöneltmiştir. Bu durumda devlet müdahale bir zorunluluk olarak görülmüştür. Devlet çeşitli sınıfları korumak, ekonomide meydana gelen dengesizlikleri gidermek ve iktisadi hayatın akışına hız ve yön vermek için müdahale etmeye başlamıştır. Günümüzde de devlet gerektiğinde işçiyi, üreticiyi, tüketiciyi korumak; harcamalarını artırmak veya kısmak, gerekli gördüğü sektörlerle yatırım yapmak suretiyle ekonomiye etkide bulunmaktadır (Browning & Jacqueline, 1992).



Karl Marx (1818-1883).

Sosyalizmin kurucusu olarak kabul edilen Alman filozof ve ekonomistidir. İktisadi ve beşeri alanlarda eleştirel tespitler ortaya koymuştur. Komünist Manifesto ve Kapital meşhur kitaplarıdır. Kapitalist sisteme karşı sosyalizmi ortaya koyan Marx, emek-sermaye ilişkisi üzerine çalışmış, hakkında en fazla eser ortaya koylan kişiler arasında yer almıştır. Görüşleri (toplum, ekonomi, siyaset vb. alanlarda) Marksizm olarak ifade edilmektedir ve sınıfız bir toplum öngörüsü ortaya koymaktadır.

1.6.2. Sosyalist Sistem

Bu sistemde inisiatif, üretim araçları mülkiyeti ve ekonomik hayatın yönetimi devlete aittir. Sistem **K. Marx'**ın fikri temellerine dayanır. Sistemin hedefi insanların bütün ihtiyaçlarının karşılanması ve bireyler arasındaki gelir eşitsizliğinin giderilmesidir.

Sosyalizm üretim araçları mülkiyetinin kamuya ait olduğu, bu araçların insanların ihtiyaçlarını karşılamak üzere toplumu yöneten organ tarafından üretme tahsis edildiği iktisadi organizasyon biçimidir.

Sosyalizm de üretim ile tüketim arasındaki dengeyi; devletin iktisadi planları sağlamaktadır. Plan ürün çeşitlerini, miktarlarını, üretim usullerini, bu mallara ait

fiyatları, çalışanlara yapılacak ödemeleri tespit etmektedir. Böylece planlar hem malların üretim hacimlerini hem de bunların nasıl bölüneceğini tayin etmektedir.

Bu sistemde devlet iktisadi hayatın hemen her yönü ile meşgul olmaktadır. Devlet müdahalesi toplumun sahip olduğu imkânların en iyi kullanılmasını sağlamaya yönelik plan çerçevesi içinde oluşturmaktadır. Planın hazırlanması, yürütülmesi ve kontrolü hep devlet eliyle yapılmaktadır. (Ülgen, 2019).

Sosyalizmde üretim araçlarının mülkiyeti devletin elinde bulunduğuundan ülke kalkınmasından devlet sorumlu olmaktadır. Üretim miktarı malın kalitesi gelir dağılımı gibi ekonomik kararlar tek merkezden alınmaktadır. Üretim toplum ihtiyaçlarına göre yapılmakta ve millî gelir dağılımı ihtiyaçların karşılanması doğrultusunda gerçekleştirilmektedir.

Günümüzde sosyalizm sisteminin etkinliği ve esnekliği zayıflamıştır. Bunun nedenleri olarak; özel çıkar için çalışmanın yerine toplum için çalışma motivasyonunun ikame edilememesi, merkezi yönetimin ağır işleyen bir bürokrasi doğurması, teknolojik gelişmede kapitalist ülkelerden geri kalınması gibi konuları saymak mümkündür (Krugman ve Wells, 2012).

1.6.3. Karma Ekonomik Sistem

Karma ekonomik sistem, özel sektör yanında kamu sektörünün de yer aldığı, devletin ekonomik faaliyetlere çeşitli yönlerden müdahale ettiği bir sistemdir.

Piyasa ekonomisinin işleyişindeki aksaklıları gidermek, daha etkin kaynak kullanımını sağlamak, adil bir gelir dağılımını elde etmek amacıyla devletin müdahale ettiği bu sistemde kamuya ait iktisadi faaliyetler genellikle bir ekonomik plan yardımı ile yürütmektedir. Bu ekonomik plan kamu yatırımları için emredici, özel yatırımlar için ise kısıtlayıcı ve yol gösterici nitelikte olmaktadır. Karma ekonomik sistemde özel sektör ile kamu sektörünün ekonomideki payları farklıdır.

Karma ekonomik sistemde kamu yatırımları ekonomik kalkınma ve sanayileşme sürecine asıl itici güç olabileceği gibi öncü rolünü de üstlenmektedir. Bazı durumlarda ise daha hızlı bir ekonomik kalkınma sağlamak üzere özel yatırımlar yanında özel yatırımları destekleyici ve tamamlayıcı bir fonksiyon da görebilmektedir. Bunun sonucunda kamunun öncü rolünü üstlenmesi toplam yatırımlar içindeki payını artırmaktadır. Buna karşılık özel sektörün gelişmesi ve özel yatırımların artmasıyla kamu yatırımlarının toplam yatırım içindeki payı azalmaktadır. (Ülgen, 2019). Çünkü etkin bir ekonomik gelişmenin sağlanabilmesi için özel yatırımları destekleyici ve tamamlayıcı uygulamalara gereksinim duyulmaktadır. Bunun için yanı özel sektör yatırımlarının teşviki için etkin tedbirler alınarak bunların sonucunun örneğin 30 yıl yerine 20 yıl içinde yanı daha kısa bir süre içinde alınması hedeflenmektedir.

Karma ekonomik sistemde kamu yatırımlarının yöneldiği alanlar gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farlılık göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde özel sektör yatırımları yüksek gelişme hızı sağlayabildiği için devletin üst yapına ya-

tırımlarına gereklilik yoktur ve kamu yatırımları daha çok demografik ve alt yapı yatırımlarına yönelikdir. Bu ülkelerde devlet müdahaleleri dış ticaret, büyümeye hızı, toplam harcamaların konjonktür dalgalarına (işsizliği ve enflasyonu önleyecek şekilde) göre ayarlanması ile gelir paylaşımındaki adaletsizlikleri azaltmak için vergi politikası ile sosyal politikaları kapsamaktadır. Bu ülkelerde monopolcü rekabet ve rekabet halindeki oligopol piyasaları söz konusudur (Hey, 2003). Bu sebeple de piyasa ve fiyat mekanizması doğrultusunda; yatırımların kaynak dağılımının yanı hangi malların kimler için hangi üretim teknikleri ile ekonomik refahı sağlayacağı sorununu çözümlemişlerdir. Bu durumda devlet olağanüstü (savaş gibi) durumlar hariç piyasa mekanizmasına ve kaynak dağılımına büyük müdahalede bulunmayıp monopolleşmeyi ve monopolcü davranışları önlemeye çalışmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde ise fiyat veya piyasa mekanizması aksadığı ve yatırımlar kendi haline bırakıldığı takdirde toplumsal refahı artıracak alanlara gerekli hızla yonelemediği için, bu ülkelerde uygulanan karma ekonomik sistemde devlet kaynaklarının ve yatırımların dağılımına daha fazla müdahale etmektedir (Kirman ve Lapiet, 1991).

Karma ekonomik sistem kapitalizmin ve sosyalizmin bazı özelliklerini benimseyerek daha iyi bir sistem yaratma çabasının sonucunda oluşmuş bir sistemdir (Phelps, 2015). Uygulamada değişik görünümler olabilmekte ve her yerde geçerli, her yerde kabul edilen standart ilke ve kuralları bulunmamaktadır. Ülkelerin sosyo-ekonomik yapılarına göre farklılık arz edebilmektedir.

Kısaca karma ekonomik sistem; özel mülkiyetin yanında, kamu mülkiyetini de piyasa mekanizmasının yanında müdahaleyi de fiyat mekanizmasının yanında merkezi planları uygulamayı da kabul eden bir özellik taşımaktadır. **Ancak günümüzde karma ekonomik sistemlerde piyasa ekonomilerinin ağırlığı giderek artış kaydetmektedir.** Türkiye'nin ekonomik sistemi karma ekonomik sistemdir.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * İktisat; insanların sınırlı kaynaklarla ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak için gösterdikleri cabaları inceleyen bir sosyal ilimdir. Bir yandan ihtiyaçların karşılanmasıyla ilgili faaliyetlerdeki ilişkileri tespit etmek, diğer yandan bu ilişkilerin doğrultusunda insanların ve toplumların refahının ne **şekilde** artırılabilceğini araştırmak amacındadır.
 - * İhtiyaç karşılandığı zaman insanlara haz ve mutluluk veren, karşılanmadığı zaman ise üzüntü ve keder veren duygudur. İhtiyaçlarla bunları gidermekte kullanılan araçlar arasındaki uyumsuzluk kıtlık terimi ile ifade edilmektedir.
- * İhtiyaçları tatmine yarayan unsurlara **mal** denilmektedir. İktisadi kaynaklar sınırlı olduğundan bunların yardımıyla üretilen mal ve hizmetler de sınırlı olmakta ve bunlara **iktisadi mallar** denilmektedir. Kullanma imkânlarından en yüksek tatmini sağlayan imkânın seçilmesine **rasyonel davranış** veya **iktisadi davranış** denilmektedir.
 - * İktisadi faaliyetler kıtlığa karşı girişilen ve malların rasyonel idaresi şeklinde beliren, bilinçli, içinde bulunduğu zamana ve geleceğe ait davranışlardır. Bu faaliyetleri dört ana başlık altında gruplamak mümkündür: üretim, dolaşım, bölüşüm ve tüketim.
- * İktisadi faaliyetlerin analizi; büyülükleri bakımından **Mikro** ve **Makro**, süreleri bakımından **Statik**, **Mukayeseli Statik** ve **Dinamik** olarak incelenmektedir.
 - * Bir birimin iktisadi davranış ve faaliyetlerini incelemeye yönelik analiz tarzına **mikro analiz** denilmektedir. Bir toplumun iktisadi davranış ve faaliyetlerini incelemeye yönelik analiz tarzına ise **makro analiz** denilmektedir.
- * **Statik analizde** zaman unsuru ve onun getireceği değişiklikler dikkate alınmadan, iktisadi olay ve faaliyetlerin belli bir anı seçilmekte ve iktisadi olay ve faaliyetlerin bu andaki durumu incelenmektedir. **Mukayeseli statik analizde** bir iktisadi olayı oluşturan öğelerin iki ayrı zaman anındaki durumları karşılaştırılmaktadır. **Dinamik analizde** de zaman unsuru ve bunun getireceği değişiklikler göz önünde tutulmak şartıyla iktisadi olay ve faaliyetler incelenmektedir.

- * İktisadi faaliyetlerin yürütülmesinde belirli bir organizasyon veya ekonomideki tüm unsurların bir bütün halinde ahenkli çalışması **ekonomik sistem** ile mümkündür. Toplumda üretim araçlarının mülkiyeti bireylerin elinde ise, üretim kararlarını bireyler veriyor ve gerçekleştiriyorsa **kapitalist sistemdir**. Buna karşılık üretim araçları kamunun mülkiyetinde ise ve üretimin organizasyonunda kamu kesimi yetkili ise **sosyalist sistemdir**. Bünyesinde her iki kesimi içeren sistemlere de **karma ekonomik sistem** adı verilmektedir.

Kaynakça

- Bocutoğlu, E. ve Berber, M. (2016). Genel İktisada Giriş. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Çiçek, S. (2017). Mikro İktisat. Ankara: Efil Yayınevi.
- Hall, R. E. ve Lieberman, M. (2012). Microeconomics Principles and Applications. Boston: Cengage Learning.
- Hey, J. D. (2003). Intermediate Microeconomics. New York: McGrawHill.
- Kirman, P. K. ve Lapiède, A. (1991). Microeconomics. Paris: PUF.
- Krugman, P. ve Obstfeld M. (2003). International Economics. New York: Oxford University Press.
- Krugman, P. ve Wells, R. (2012). Mikro İktisat. Ankara: Palme Yayınevi.
- Perloff, J.M. (2001). Microeconomics. Boston: Addison Wesley.
- Phelps, E. S. (2015). Seven Schools of Macroeconomics, The Arne Ryde Memorial Series. Oxford: Clarendon Press.
- Ülgen, G. (2014). *Mikro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi
- Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş.7.Baskı*.İstanbul: Türkmen Kitabevi
- Truett, L. ve Truett, D. B. (2001). Managerial Economics. Ohio: South-Western College Publishing.
- Tunca, Z. (2014). Makro İktisat. Kayseri: Geçit Yayınları.
- Yıldırım, K., Karaman, D. ve Taşdemir, M. (2012). Makro Ekonomi. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Bölüm Soruları

- 1.** Aşağıdakilerden hangisi iktisadi faaliyetlerin itici gücünü ifade etmektedir?
- A) Talep
 - B) Arz
 - C) Fayda
 - D) İhtiyaç
 - E) Para
- 2.** Aşağıdakilerden hangisi ihtiyaçların tatmininde kullanılan durum için gereklidir?
- A) Üretim
 - B) Para
 - C) Fayda
 - D) Kar
 - E) Talep
- 3.** İhtiyaçları gidermede maddi bir özellik taşımayan unsur aşağıdakilerden hangisidir?
- A) Tatmin
 - B) Mal
 - C) Hizmet
 - D) Fayda
 - E) Kıtlık
- 4.** Aşağıdakilerden hangisi iktisat biliminin cevap aradığı bir soru değildir?
- A) Malların üretilmesinden kim sorumlu olacak?
 - B) Mallar nasıl üretilecek?
 - C) Mallar kimler için üretilecek?
 - D) Hangi mallar üretilecek?
 - E) Ne kadar mal üretilecek?
- 5.** Ekonomide üretim ve istihdam düzeyinin düşmesi durumu aşağıdakilerden hangisidir?
- A) Enflasyon
 - B) Genişleme
 - C) Daralma
 - D) Dış denge
 - E) İç denge
- 6.** Aşağıdakilerden hangisi bir ülke ekonomisinde iktisadi faaliyetlerin hüküm sürdüğü sosyal-siyasal-ekonomik kadrolar kast edilmektedir?
- A) Gayri safi millî hasıla
 - B) Gayri safi yurt外ci hasıla
 - C) KBMG
 - D) Ekonomik Sistem
 - E) Ekonomik Büyüme
- 7.** Aşağıdakilerden hangisi iktisadın temel uğraş alanı olan sorunlardan biridir?
- A) Para
 - B) Fiyat
 - C) Fayda
 - D) Enflasyon
 - E) Kıtlık
- 8.** Mikro analiz ile ilgili olamayan konu aşağıdakilerden hangisidir?
- A) Firma arzı
 - B) Fayda analizi
 - C) Tüketici dengesi
 - D) Üretici dengesi
 - E) Büyüme

9. Aşağıdakilerden hangisi özel mülkiyet ile kamu mülkiyetini, piyasa mekanizması ile müdahaleyi, fiyat mekanizması ile merkezi planlamayı kabul eden iktisadi yapılanmayı ifade etmektedir?

- A) Kapitalist sistem
- B) Sosyalist sistem
- C) Karma ekonomik sistem
- D) Fizyokratik sistem
- E) Merkantilist sistem

10. Makro analiz ile ilgili olamayan konu aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Gayri safi millî hasıla
- B) Fiyatlar Genel Düzeyi
- C) Firma arzı
- D) Toplam istihdam
- E) Toplam gelir

Cevap Anahtarı

1. D	2. A	3. C	4. A	5. C
6. D	7. E	8. E	9. C	10. C

2. TALEP

“Ekonomi her zaman alternatifler arasında bir seçimdir.”

Paul Samuelson



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Talep ile mal fiyatı arasındaki ters yönlü ilişkinin tüketici açısından önemini kavrayabilir.
- Talep eğrisinin pozitif olmasına yol açan sebepler hakkında bilgi sahibi olabilir.
- Mala yapılacak toplam harcamaların ne yönde değişeceğini talep esneklik derecesine göre belirleyebilir.

Başlamadan Önce

Talep kavramının tanımına ilişkin bilgi verildikten sonra talep fonksiyonu formüle edilerek talebi belirleyen unsurlar açıklanacaktır. Talep ile mal fiyatı arasındaki ters yönlü ilişkiye açıklayan talep kanunu ve bunun geometrik ifadesini gösteren negatif eğimli talep eğrisi ele alınacaktır. Bunun yanı sıra talep eğrisinin pozitif eğim aldığı istisnai durumu ifade eden (Giffen Paradosu) değerlendirilecektir. Talebi belirleyen unsurlardan mal fiyatındaki değişmenin etkisi talep değişmesi kavramı ile açıklanırken, talebi belirleyen mal fiyatı dışındaki diğer unsurlardan bir veya birkaç meydana gelen değişim etkisi talep eğrisindeki kayma başlıklarını ile açıklanacaktır.

Birlikte Düşünelim

1. Talep eğrisinin negatif eğimli olma sebebi nedir?
2. Talep esnekliğinin bire eşit olması mal talebini nasıl etkilemektedir?
3. Talep edilen mal fiyatındaki değişme talep eğrisini nasıl etkilemektedir?



Anahtar Kavram

Fiyat: Bir birim mal, hizmet veya üretim faktörü ile satın alınabilecek para miktarıdır. Alım ve satımda bir şeyin para karşılığındaki değerini ifade etmektedir.

2.1. Talep Kavramı

Daha önce de ifade edildiği üzere iktisat bilimi insanların ihtiyaçları ve ihtiyaçları karşılayan kaynakları içermektedir. İhtiyaçların varlığı talep kavramını ortaya çıkarmıştır. Çünkü talep olmazsa üretimde olmaz.

Talep: Belirli bir sürede bir mala ve bu malın değişik **fiyatlarına** karşı bir tüketicinin satın almak istediği mal miktarıdır. Genel anlamda talep; insan ihtiyaçlarını tatmin etmek amacıyla mallara karşı duydukları satın alma arzusudur (Alan ve Wall, 2000). Ancak her satın alma arzusunun talep sayılabilmesi için tüketicilerin satın alma gücünün de bulunması gerekmektedir. Aksi takdirde yeterli satın alma gücü olmayan tüketici o malı ne kadar arzu etse de filen onu talep edemez.

Tüketicinin talep edeceği mal miktarları o malın değişik fiyatlarının etkisi altındadır. Yani çeşitli fiyatlar karşısında tüketicinin talep miktarını ne kadar değiştireceğini yansıtmaktadır. (Ülgen, 2019). Örneğin tüketici elmanın kilosu 2.00 TL iken hiç elma almaz. Ancak elmanın kilosu 1.50 TL'ye indiğinde 1 kg, 1.00 TL'ye indiğinde 2 kg, 0.50 TL'ye indiğinde ise 3 kg elmayı haftalık ihtiyacı olarak satın alır (Tablo - 1).

Tablo 1.

Malın Fiyatı (P) TL	Talep Edilen Mal Miktarı (Q) kg
2,00	0
1,50	1
1.00	2
0,50	3

Çeşitli fiyatlar karşısında talep miktarının ne şekilde değiştiğini gösteren bu tablo incelendiğinde; mal fiyatları ile miktarları arasındaki değişimin ters yönde olduğu görülmektedir. Fiyat düşükçe mal miktarı artmakta, fiyat yükseldikçe talep edilen mal miktarı azalmaktadır. Yani fiyat ile talep arasında negatif bir ilişki söz konusudur. Buna **talep kanunu** denilmektedir. **Talep kanunu** bir malın satın alınmak istenen miktarı ile fiyatı arasındaki ters yönlü ilişkiyi ifade etmektedir.

2.2. Talep Fonksiyonu

Bir malın talep miktarı ile fiyatı arasındaki ters yönlü ilişkinin varlığı talep kanunu olarak nitelenirken, burada belirtilmesi gereken husus; bir tüketicinin talebini etkileyen unsurun sadece mal fiyatları olmayıp, başka unsurların da bunda rol oynadığı durumdur.



Görsel 5. Kavramlar

Diğer mal fiyatları: Tüketicisi bir malı talep ederken; diğer bütün mal fiyatlarının etkisi altındadır. Bu etki malların ikame ve tamamlayıcı mal olmasına göre değişmektedir. İkame mal; bir malın diğer mal yerine kullanılmasıdır (kola ve gazoz). Tamamlayıcı mal; bir malın diğer mal tamamlamasıdır (otomobil-benzin). İkame mal fiyatındaki artış diğer mala olan talebi artırmakta, tersi durumda talebi azaltmaktadır (Begg ve diğerleri, 2001). Örneğin kola fiyatlarındaki bir artış gazoya olan talebi artırmaktadır. Tamamlayıcı mal fiyatlarındaki artış mal talebini azaltmaktadır. Örneğin benzin fiyatlarındaki artış, otomobil satışlarında azalma yaratmaktadır. Görülmektedir ki ikame malı fiyatı ile talep aynı yönde, tamamlayıcı malın fiyatı ile talep ters yönde değişmektedir.

Gelir Seviyesi: Tüketicinin talebi aynı zamanda tüketicinin gelir seviyesine de bağlı olmaktadır. Bir malın talebini; o malın fiyatı ile tüketicinin gelir seviyesindeki değişimlerde etkilemekteydi. Gelirdeki değişim ile talep arasındaki ilişki aynı yönlü olmaktadır. Genel olarak gelir artışı talepte de bir artış meydana getirmektedir.

Zevk ve Tercihler: Bir mala yapılan talep; tüketicinin hem zevklerinden hem de tercihlerindeki değişikliklerinden etkilenmektedir. Zevk ve tercihlerin değişmesi durumunda talep miktarı da artmakta veya azalmaktadır.

Tüketicilerin sayısı: Bir mala yapılan talep miktarı tüketici sayısına göre değişebilmektedir. Bir mal talebinde tüketici sayısındaki artış o malın talebini artırırken; tüketici sayısındaki azalış ise o malın toplam talebini azaltmaktadır.

Beklentiler: Tüketiciler bir malı talep ederken geleceğe yönelik bekłentilerin de etkisi altında kalabilmektedir. Tüketiciler gelecekte bir malın fiyatının yükseleceğine inandığında o malı satın almak isteyecek dolayısıyla talep miktarı da artacaktır (Besanco ve Braurigam, 2002). Tersi durumda ise tüketici gelecekte fiyatların düşeceğini inandığı malın alımını erteleyecek ve talep miktarı azalacaktır.

Yukarıda ifade edilen ve tüketici talebini etkileyen unsurlar fonksiyonel olarak belirttiğinde aşağıdaki gibi yazmak mümkündür.

$$D = f(P_x, P_i, P_T, Y, Z, N, B)$$

Burada;

D: Talep

P_x : Talep Edilen Malın Fiyatı

P_i : İkame Mal Fiyatı

P_T : Tamamlayıcı Mal Fiyatı

Y: Tüketicinin Geliri

Z: Tüketicinin Zevk ve Tercihleri

N: Tüketicinin Sayısı

B: Tüketicinin Geleceğe Yönelik Beklentileri

Görmektedir ki talebi belirleyen birçok unsur bulunmaktadır. Bunların tümünün değerlendirmeye alınması karmaşık bir tahlili gerektirebilir. Bu nedenle talebi tanımlarken diğer faktörlerin sabit olduğu kabul edilmektedir. Diğer bütün değişkenlerin (P_x, P_i, Y, Z, N, B) değişmediği, sabit kaldığı teknik deyimle ceteris paribus olarak kabul edildiği varsayılmaktadır.

Ceteris paribus varsayıımı, bir kavramı belirleyen çok sayıdaki değişkenden bir tanesinin değişimine, diğer değişkenlerin ise sabit kalacağını ifade etmektedir.

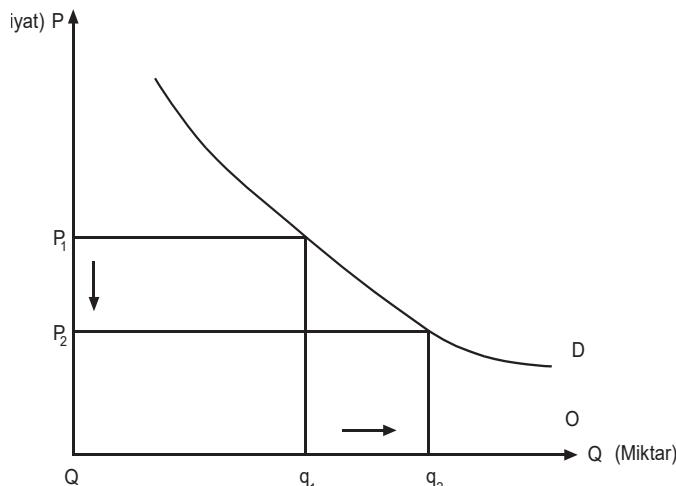
Buna göre ceteris paribus tüketicilerinin bir malı satın alma arzularının fiyatından başka değişkenlere de bağlı olduğunu ifade etmekte ve bu değişkenlerin sabit kaldığı varsayılarak sadece iki değişken arasındaki ilişki incelenmektedir. Bu durumda ceteris paribus varsayıımı altında bir malın talebi o malın fiyatının fonksiyonu olarak ifade edilmektedir.

$$D = f(P_x) \text{ ceteris paribus}$$

2.3. Talep Eğrisi ve Talep Kanunu

Tüm diğer değişkenler sabit iken, çeşitli fiyat düzeylerinde o maldan satın alınmak istenen mal miktarlarının geometrik yerine **talep eğrisi** denir. Talep eğrisi bir malın fiyatındaki değişimler karşısında o maldan talep edilen miktarları gösteren sol yukarıdan sağ aşağıya doğru negatif eğimli bir eğridir.

Bütün mallarda mal fiyatının düşmesi diğer faktörler ceteris paribus ise talebi artırmakta; mal fiyatının yükselmesi talebi azaltmaktadır. Teknik ifade ile talep fiyatın azalan fonksiyonudur. (Şekil-1)



Şekil 1.

Yatay eksen üzerinde talep miktarları, dikey eksende fiyatlar gösterilmiştir. Şekilde görüleceği üzere malın fiyatı P_1 iken talep miktarı q_1 , fiyatın P_2 'ye düşmesi sonucu talep miktarı q_2 'ye çıkmaktadır. İşte malın fiyatı ile talep edilen miktarı arasındaki bu ters yönlü ilişki talep eğrisinin negatif eğimli olmasına yol açmaktadır. Talep eğrisinin negatif eğimli alçalan bir eğri durumunda olmasının iki sebebi bulunmaktadır. Bunlar gelir etkisi ve ikame etkisidir.

Gelir Etkisi: Bir malın fiyatındaki düşme tüketicinin satın alma gücünde bir artış yaratmaktadır. Tüketicinin geliri değişmemiş olmasına rağmen reel yönden artmış demektir. Bu bakımdan artan gelir, fiyatı düşen maldan daha fazla satın alınmasına imkân vermektedir.

İkame Etkisi: Tüketicinin fiyatı düşen bir malı, fiyatı değişmeyen bir malın yerine tercih etmesi ikame etkisi olarak tanımlanmaktadır. Çünkü fiyatı düşmeyen mal fiyatı düşen diğer mala göre nispi olarak pahalı duruma gelmektedir. Fiyatı düşen maldan daha fazla talep edilmektedir. Bu durum iki sebeple açıklanabilir. Birincisi fiyatı değişmeyen mal yerine fiyatı düşen mal tercih edilmektedir. Örneğin gazoz fiyatları düştüğünde fiyatı değişmeyen cola talep edilmemektedir. İkin-

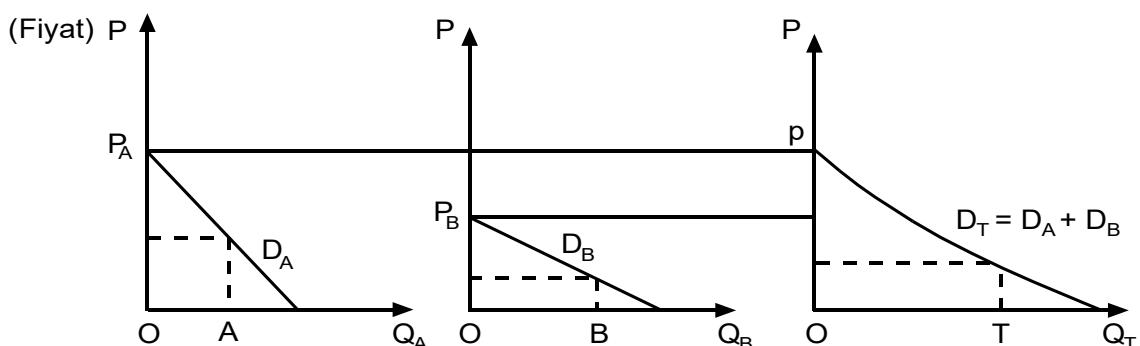


ipucu

Talep Kaymalarının Yarattığı Denge Durumları konusuna 4. Bölümde yer verilecektir.

cisi bir malın fiyatı artınca tüketicinin satın alma gücü azaldığından fiyatı düşen ikame mallarına yönelmesi kaçınılmaz olmaktadır (Çiçek, 2017).

Buraya kadar yapılan açıklamalarda bireysel talep kavramı üzerinde durulmuştur. Bir malın toplam veya piyasa talebi ise bütün bireylerin belirli bir zaman süresi içinde değişik fiyatlar karşısında aldığıları alternatif toplam miktarlardır. Başka bir ifade ile piyasadaki bütün tüketicilerin talepleri toplamına **piyasa talebi** denilmektedir. Dolayısıyla piyasa talep eğrisi de bireysel talep eğrilerinin toplamından oluşmaktadır. Örneğin iki tüketicinin olduğunu varsayıarak bunların talep eğrileri Şekil-2'de gösterilmektedir. (Ülgen, 2019).



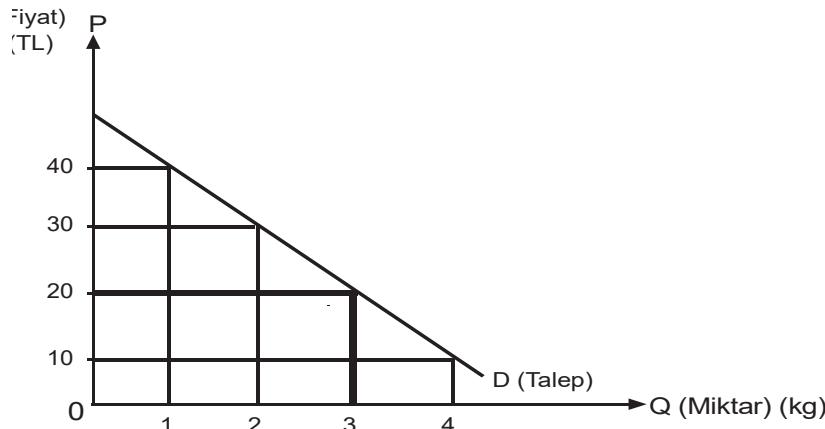
Şekil 2.

Birinci tüketicinin talebi D_A, ikinci tüketicinin D_B ise ikisinin toplam talebi D_T olup; D_A ve D_B taleplerinin toplamına eşittir.

$$D_T = D_A + D_B$$

Burada sadece iki tüketicinin değil n sayıdaki tüketicilerin talep eğrileri çizilerek toplam taleplerini göstermek mümkündür.

Genellikle talep edilen miktar ile talep kavramı birbirleri ile karıştırılmaktadır. Talep edilen miktar; belli bir fiyattan tüketicinin satın almak istediği miktarıdır. Buna karşın talep; tüm fiyat seviyelerinde tüketicinin almak isteyeceği miktarları gösteren eğridir.



Şekil 3.

Şekil 3’de D eğrisinin tamamı talebi gösterirken, 20 TL’lik fiyat seviyesinde talep edilen miktar 3 kg’dır. Görülmektedir ki fiyat düzeyi talep edilen miktarı etkilemektedir.

2.4. Talep Eğrisinin İstisnai Durumu - Giffen Paradoksu

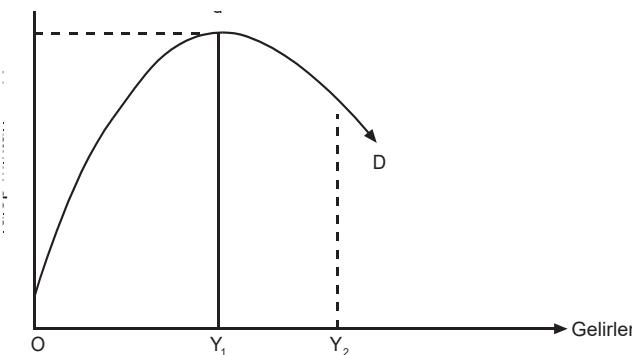
Yukarıdaki konularda ifade edildiği üzere talep eğrisi sol yukarıdan sağ aşağıya doğru negatif eğimli bir eğridir. Bu da fiyatla miktar arasındaki ilişkinin ters yönlü olmasından kaynaklanmaktadır. Ancak talep eğrisinin negatif eğimli olmadığı istisnai durumlarda söz konusu olmaktadır. Bu istisnai durumlara düşük (inferior) mallar ile gösteriş amaçlı lüks tüketim mallarında rastlamak mümkündür.

Talep kanuna ters düşen bu duruma **Giffen Paradoksu** denilmektedir. Giffen paradoksu; genel kuralın tersine bir malın fiyatının artması durumunda talebinin de yükselmesini ifade etmektedir. (Ülgen, 2014). Yani fiyat ile talep edilen miktar arasındaki ters yönlü ilişki ortadan kalkmakta ve talep eğrisi pozitif eğim almaktadır. (Şekil - 4).



Anahtar Kavram

Düşük Mal: Tüketicinin geliri artarken istemi azalan ya da geliri azalırken istemi artan, başka bir deyişle istemin gelir esnekliği negatif olan mallardır.



Şekil 4.

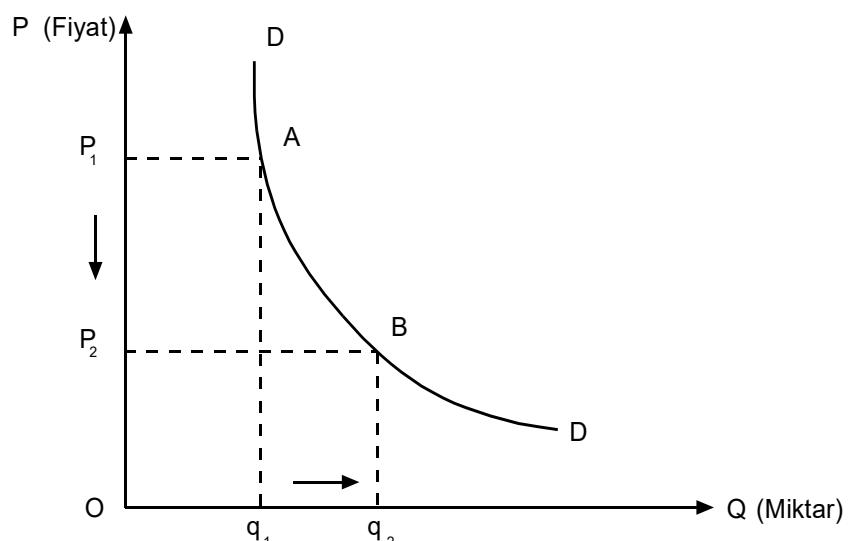
Çünkü bir mal fiyatı düşük olduğu halde daha az, fiyatı yükseldiğinde ise daha fazla talep edilmekte; böylece talep ile fiyat arasındaki ilişki doğru orantılı olmaktadır.

Şekilde kişisel gelirler arttıkça talepte belli bir noktaya kadar artmakta (d noktası), d noktasından sonra gelir arttığı halde talep azalmaktadır. Zira gelir arttıkça kaliteli mallar talep edilmektedir. Örneğin: Kiyama yerine bonfile, Skoda marka araba yerine BMW gibi. Burada genellikle ikame mallar söz konusu olmaktadır. (Ülgen, 2014).

Ayrıca bazı tüketiciler pahalı mal kullanarak ayrıcalıklı olmak istedikleri için veya gösteriş için tüketim maksadiyla fiyatı yükselen mala (ihtiyaçları olsun veya olmasın) taleplerini arttırırlar. Bu etki snobizm etkisi olarak tanımlanmaktadır (Dinler, 2020).

2.5. Talep Değişmesi ve Talep Eğrisinde Kaymalar

Talep değişmesi kavramından talep eğrisi üzerindeki bir değişme anlamılmalıdır. Bu değişime etki eden en önemli unsur talep edelin malın fiyatıdır. Değişim sürecinde belirli bir fiyat-miktar bileşiminden diğer bir fiyat-miktar bileşimine geçildiği görülmektedir.

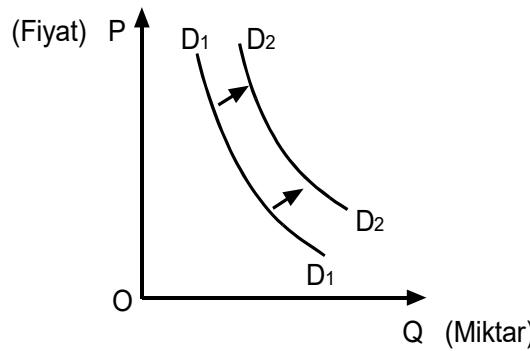


Şekil 5.

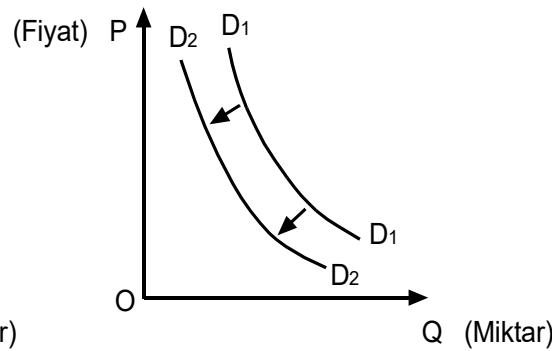
Fiyat P_1 iken talep miktarı q_1 , fiyat P_2 iken talep miktarı q_2 olmaktadır. (Şekil-5). Bir talep eğrisi üzerinde bir noktadan (A noktası), başka bir noktaya (B noktası) geçilmesi, talebi etkileyebilecek diğer değişkenler ceteris paribus durumunda iken malın fiyatındaki değişmeden kaynaklanmaktadır.

Talep kayması ise; talep eğrisinin bütünüyle yer değiştirmesidir. Bir malın talebindeki fonksiyonel ilişkinin çerçevesini çizen faktörlerden bir veya birkaç tanesi değiştiğinde talep eğrisi bütünüyle sağa veya sola kaymaktadır. Talep eğrisi

sağa kaydığında talep artışını (Şekil - 6a), sola kaydığında ise talep azalmasını (Şekil - 6b) ifade etmektedir.

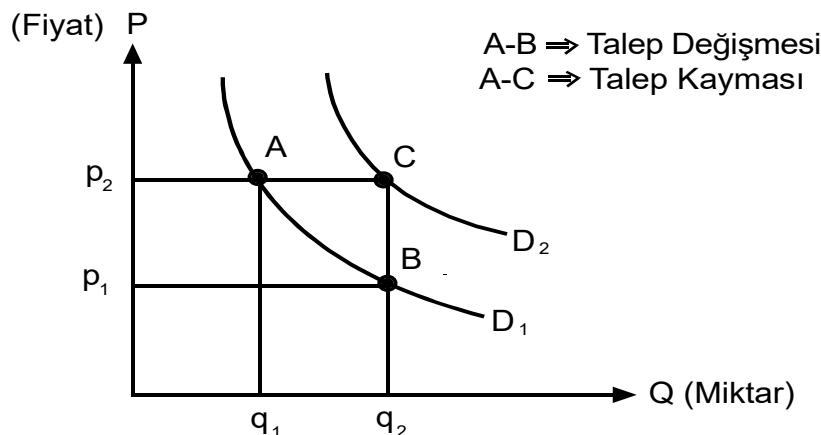


Şekil 6a.



Şekil 6b.

Talep değişmesi ve talep kayması ile ilgili durumu tek bir grafik ile göstermek istediğimizde durum Şekil - 7'deki gibidir.



Şekil 7.

Talep eğrisi boyunca (D_1) A noktasından B noktasına hareket edildiğinde fiyatın düşme nedeniyle talep artmaktadır yani talep değişmektedir.

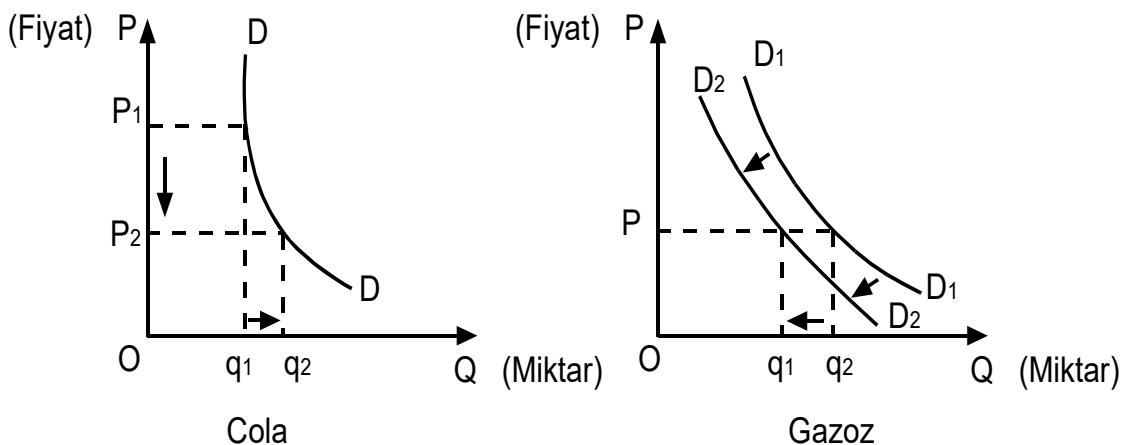
Talep eğrisi A noktasından C noktasına hareket ediyorsa (D_2) yani talep eğrisi artış yönünde sağa kaymışsa fiyat değişmemekte, fiyat dışı faktörlerden dolayı talep miktarı artmaktadır.

Talep kayması üzerine etki eden faktörlere bakıldığından bunlar;

- Gelir düzeyindeki değişme: Alıcıların gelirlerinde bir değişiklik olması toplam tüketim harcamalarını değiştirerek talep eğrisini sağa veya sola kaydırmaktadır. Gelirde bir artış talepte artış yönünde bir kayma yaratmaktadır, (Şekil-6a), azalısta ise tersi olmaktadır. (Şekil-6b)

- Diğer malların fiyatları: Diğer malların fiyatlarındaki değişimler de talep eğrisinde kayma yaratmaktadır. Bu malların ikame ve tamamlayıcı mallar olmasına göre değişmektedir.

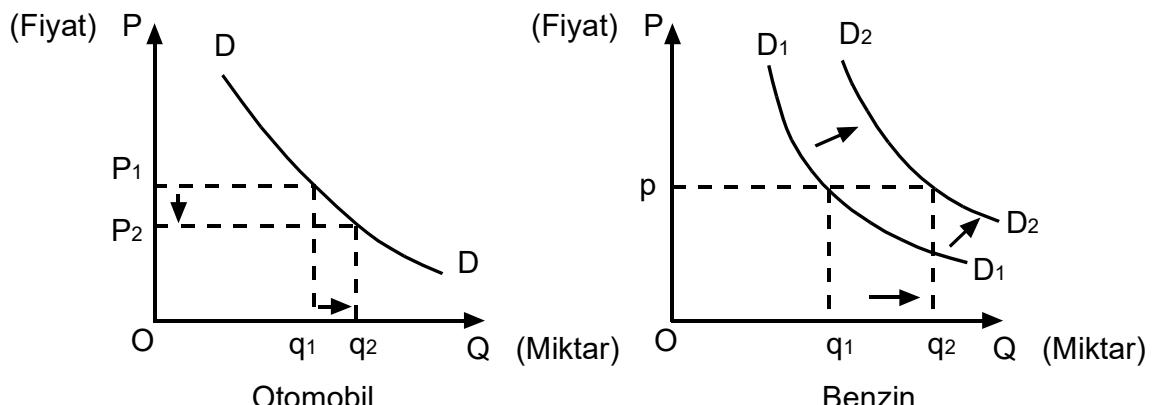
İkame malları olarak cola ve gazoz ele alındığında cola fiyatlarındaki bir düşme, gazoz talep eğrisini azalma yönünde sola kaydırmaktadır. Bu durum her fiyatta daha az gazoz talep edileceğini belirtmektedir. (Şekil-8a / 8b)



Şekil 8a.

Şekil 8b.

Tamamlayıcı mallarda ise durum tersinedir. Otomobil fiyatlarının düşmesi, her fiyatla daha fazla benzinin talep edileceğini gösterir. (Ülgen, 2019). Çünkü düşük fiyatta daha fazla otomobil talep edilmektedir. (Şekil-9a / 9b)



Şekil 9a.

Şekil 9b.

- Tüketicilerin zevklerindeki bir değişme de talep eğrisini hem artış hem de azalış yönünde kaydırabilemektedir. Tüketicilerin bir mal lehine değişmesi talep artışı yaratıp eğriyi sağa kaydurmaktır; o mal alehine değişme ise talep azalışı

yaratıp talep eğrisini sola kaydirmaktadır.

- **Tüketicilerin sayısı** da talep eğrisinde kaymalara neden olan unsurlardan biridir. Tüketicisi sayısının bir mal lehine değişmesi talep artışı yaratıp eğriyi sağa kaydirmakta; mal aleyhine değişme ise talep azalışı yaratıp talep eğrisini sola kaydirmaktadır.

- **Beklentiler de** aynı şekilde talep eğrisinden kaymalara sebep olabilmektedir. Tüketicilerin gelecekte bir malın fiyatının yükseleceği beklenisi içinde olmaları o mala olan talebi artırmakta ve talep eğrisini sağa kaydirmaktadır. Tersi durumda ise yani gelecekte mal fiyatının düşeceği beklenisi oluşmuşsa o malın talebi azalmakta ve talep eğrisi sola doğru azalma eğilimi göstermektedir.

2.6. Talep Esnekliği

Tüketicilerin malların çeşitli fiyatları karşısındaki talepleri farklılıklar göstermektedir. Fiyat değişikliği talep edilen miktarı önemli ölçüde değiştirmektedir. İşte bir malın fiyatındaki değişimler karşısında tüketicilerin malın talebi ile ilgili duyarlılık dereceleri **talep esnekliği** kavramı ile ifade edilmektedir (Hall ve Lieberman, 2010). Talep esnekliği fiyatattaki değişme yüzdesinin talep miktarındaki değişme yüzdesine oranlaması ile ölçülmektedir.

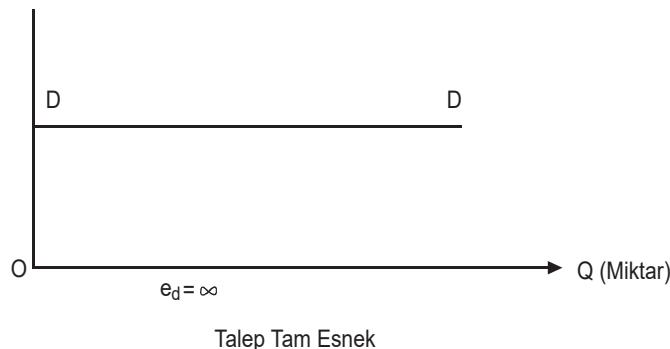
$$e_d = \frac{\text{Talepteki değişme yüzdesi}}{\text{Fiyattaki değişme yüzdesi}}$$

Fiyat ve miktarlar daima ters yönde değişiklerinden esnekliğin işaretini negatifdir. Ancak Giffen hali (düşük mallar) söz konusu olursa bu durumda fiyat ve miktarlar aynı yönde değiştiğinden işaret pozitif olmaktadır.

Talep esnekliğinin bilinmesi; bir malın fiyatının belirli bir oranda değişmesi sonucu mala yapılacak toplam harcamaların ne yönde değişeceğini saptamak bakımından önem taşımaktadır. Örneğin futbol maçlarının yayım hakkını elde eden şifreli televizyon kanalının yıllık abone ücretlerinde artış yönünde yapacağı bir değişikliğin, bu yayını satın almak isteyen müşteri sayısında ne kadarlık bir azalma yaratacağı hususu; yani talep miktarının fiyatla duyarlılığı talep esnekliği ile ifade edilmektedir. (Ülgen, 2014).

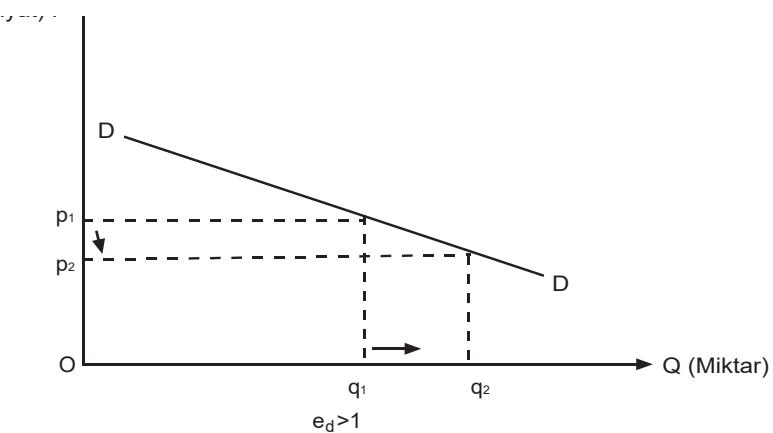
Mala ve piyasaya göre; esnekliğin rakam olarak ifadesi çok değişik olup; sonuz ile sıfır arasında değişmekte, bazen negatif bile olmaktadır. Esneklik 0 ile -1 arasında ise talep esnek değildir. +1 ile ∞ arasında ise talep esnek demektir. Talep esnekliği beş gruba ayrılmaktadır.

1- Talep esnekliğinin sonsuz olması: Tüketicilerin belirli fiyattan malların hepsini almaya hazır oldukları durumu yansımaktadır. Yani miktardaki nispi değişmeye karşılık fiyatta hiçbir değişme olmamaktadır. Burada talep eğrisi yatay eksene paralel durumdadır. (Şekil-10)



Şekil 10.

2- Talep esnekliğinin 1'den büyük olması: Tüketicilerin talep ettikleri miktarlar, fiyatın değişen yüzdesinden daha fazla değişmektedir. Yani fiyatın küçük değişmeye karşılık talepte daha fazla oranda bir değişme meydana gelmektedir. Talep eğrisi yatay eksene daha yatkı bir hal almaktadır. (Şekil - 11)



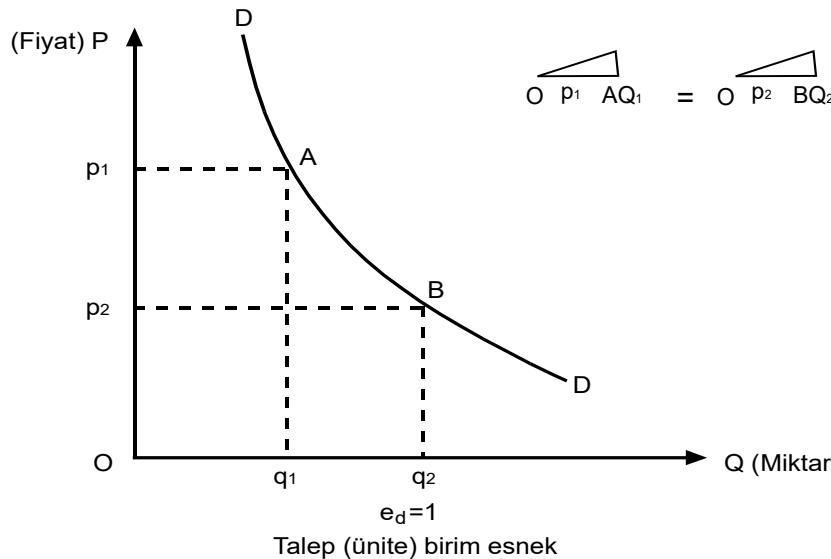
Şekil - 11

Şekil 11.

Anahtar Kavram

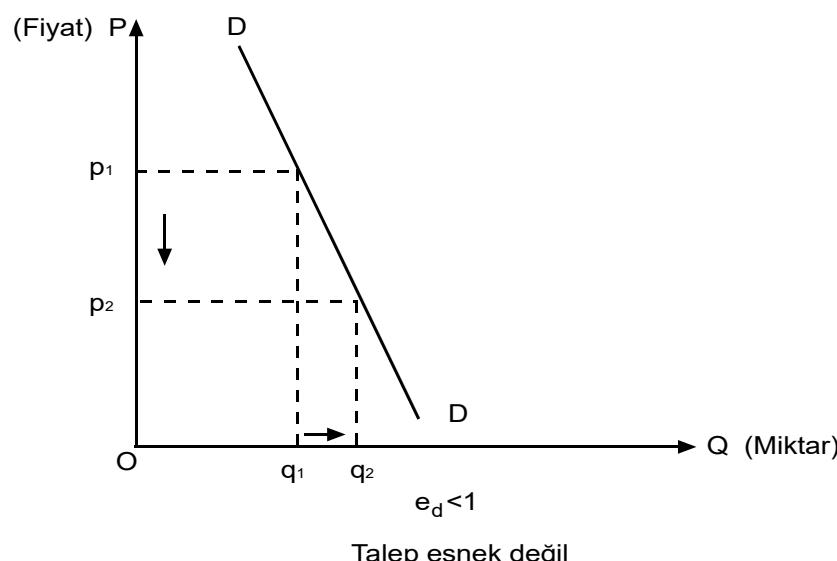
Hiperbol: Bir düzlem üzerinde odak adı verilen iki durğan noktadan uzaklıklarının farklı durğan noktaların birleştirilmesiyle elde edilen eğridir.

3- Talep esnekliğinin 1'e eşit olması: Tüketicilerin talep ettikleri miktarlar, fiyatın değişen yüzdesi kadar değişir. Talep eğrisi **hiperbol** biçimindedir. Çünkü talep eğrisinden eksenlere indirilen dikmelerin oluşturduğu dörtgenlerin alanı birbirine eşittir. Bu nedenle firma fiyatları düşürse de yükseltse de aynı geliri elde edecektir. (Şekil - 12)



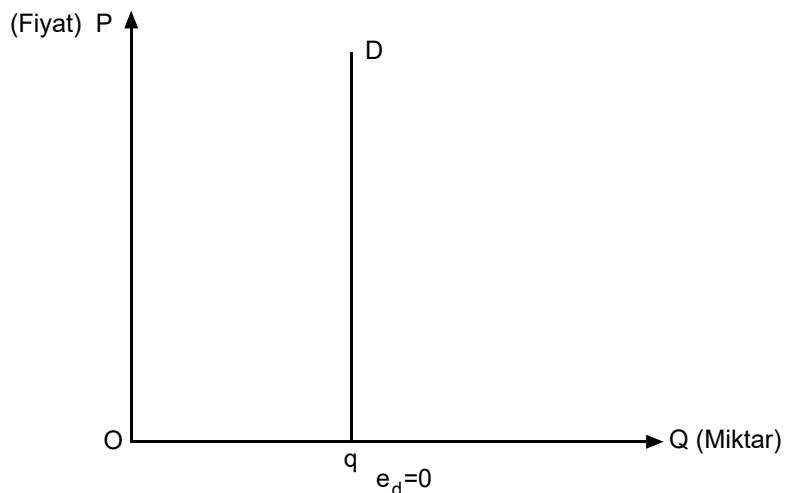
Şekil 12.

4- Talep esnekliği 1'den küçük: Tüketicilerin talep ettikleri miktarlar, fiyatın değişen yüzdesinden daha az değişmektedir. Fiyat düşüncə talep miktarı çok değişmemektedir. Talep eğrisi dikey eksene doğru hafif bir dikleşme göstermektedir. (Şekil - 13)



Şekil 13.

5- Talep esnekliğinin sıfır olması: Tüketicilerin talep ettikleri miktarlar fiyat değişse bile değişimmemektedir. Fiyatlar ne olursa olsun o malın belli bir alıcısı vardır. Talep eğrisi yatay eksene dik şekilde çizilir. (Şekil - 14)



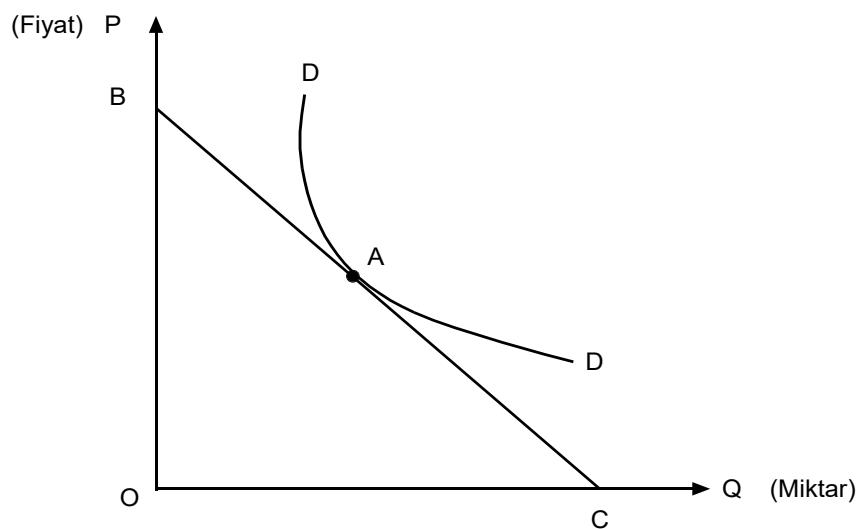
Talep hiç esnek değil

Şekil 14.

Talebin fiyat esnekliği çeşitli şekillerde hesaplanmaktadır.

2.6.1. Nokta Esnekliği

Talep eğrisi üzerindeki herhangi bir noktanın esnekliğidir. Bu yüzden belirli bir talep eğrisi farklı esneklik değerlerine sahiptir. Fiyattaki bir değişmenin ortaya çıkardığı miktar değişmesinin ne kadar olduğunu belirlemek için yararlanılmaktadır. Nokta esnekliğini grafik yardımıyla ifade etmek mümkündür. (Şekil - 15)



Şekil 15.

Şekilde talep eğrisine bir teğet çizilir. Teğet noktasının (A noktası) dikey ve yatay ekseni kestiği noktaya (AB ve AC) kadar olan mesafenin oranına eşittir. $\frac{AC}{AB}$

Eğer $AC=AB$ ise yani A noktası BC doğrusunun tam ortasında ise $e = \frac{AC}{AB} = 1$ ol-

maktadır. Bu durumda A noktasında talebin fiyat esnekliği bire eşit olmaktadır.

Eğer talep eğrisi doğru biçiminde ise A noktasında $e_d = 1$ 'dir. A' noktasında

$\frac{A'C}{BA'}$ olduğuna göre $e_d > 1$, A'' noktasında ise $\frac{A''C}{BA''}$ arasında $e_d < 1$ olacaktır. Yani

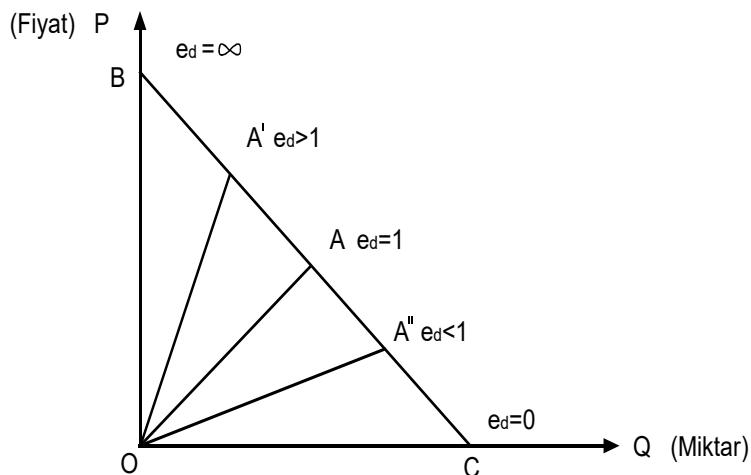
doğrunun yukarısına doğru esneklik bir'den büyük; B noktasında $e_d = \infty$ olurken; doğrunun aşağısına doğru esneklik bir'den küçük ve $e_d < 1$ ve C noktasında $e_d = 0$ olacaktır. Nedeni; eğrinin üst kısmında fiyat yüksektir ve yüksek fiyatta mal talebindeki değişme küçük olmaktadır. Formüle edersek;

$$e_d = \frac{\frac{q_1 - q_o}{p_1 + p_o}}{\frac{p_o}{.....}} = \frac{\frac{.....}{k\x{c}c\x{u}k}}{\frac{.....}{b\x{u}y\x{u}k}} = \frac{B\x{u}y\x{u}k}{K\x{u}c\x{u}k} = B\x{u}y\x{u}k$$

Tersi durumda ise eğrinin altlarına doğru fiyatlar düşük olmakta ve düşük fiyatta mal talebindeki değişme daha büyük olmaktadır. Bunu da formüle edersek;

$$e_d = \frac{\frac{q_1 - q_o}{p_1 + p_o}}{\frac{p_o}{.....}} = \frac{\frac{b\x{u}y\x{u}k}{.....}}{\frac{.....}{k\x{c}c\x{u}k}} = \frac{K\x{u}c\x{u}k}{B\x{u}y\x{u}k} = K\x{u}c\x{u}k$$

Bu açıklamalardan anlaşılacağı üzere talep doğrusunun her noktasında esneklik aynı değildir. Yani tüketicinin farklı fiyat seviyelerindeki duyarlılığı da farklı olmaktadır (Şekil - 16).



Şekil 16.

2.6.2. Yay Esnekliği

Yukarıda da ifade edildiği üzere nokta esnekliği talep eğrisi üzerindeki her noktada farklı olduğuna göre hangi noktanın esas alınacağı belirsizdir. Bu nedenle talep eğrisi üzerindeki iki nokta arasındaki esneklik daha tutarlı olmaktadır. Yay esnekliği iki nokta arasındaki esnekliği ifade etmektedir. Yay esnekliğinin hesaplanmasıında miktar ve fiyatların biri değil miktar ve fiyat toplamları alınmaktadır. Yay esnekliği iki noktadan geçen doğrunun orta noktasının esnekliğini belirtmektedir. (Ülgen, 2019). Bir başka ifade ile bir önceki ve bir sonraki değerlerin basit aritmetik ortalamasıdır denilebilir.

$$e_y = \frac{\text{Miktar farkı}}{\text{Miktar toplamı}} : \frac{\text{Fiyat farkı}}{\text{Fiyat toplamı}}$$

$$e_y = \frac{q_1 - q_2}{q_1 + q_2} : \frac{p_1 - p_2}{p_1 + p_2}$$

$$e_y = \frac{q_1 - q_2}{q_1 + q_2} : \frac{p_1 + p_2}{p_1 - p_2}$$

2.6.3. Çapraz Esneklik

Bir malın talebini etkileyen faktörler konusu işlendiğinde, bunlar arasında diğer malların fiyatlarının da bulunduğu ifade edilmiştir. Bir malın fiyatındaki değişmenin diğer bir malın talep miktارında meydana getireceği değişikliğe çapraz esneklik denilmektedir (Mansfield ve Yohe, 2004).

$$e_{\varsigma} = \frac{\text{X malının talebindeki değişme yüzdesi}}{\text{Y malının fiyatındaki değişme yüzdesi}}$$

$$e_{\varsigma} = \frac{\Delta D_x}{D_x} : \frac{\Delta P_y}{P_y}$$

$$e_{\varsigma} = \frac{\Delta D_x}{\Delta P_y} \cdot \frac{P_y}{D_x}$$

D_x : X malının talebindeki değişme

D_x : X malının ilk talebi

P_y : Y malının fiyatındaki değişme

P_y : Y malının ilk fiyatı

Çapraz esneklik x ve y mallarının ikame ve tamamlayıcı mal olma özelliğine göre iki şekilde olmaktadır.

X ve Y malı arasında ikame ilişkisi varsa y malının fiyatındaki bir düşme (yükseleme) x malının talebinde bir azalmaya (artma) neden olmaktadır. Tüketiciler x ve y mallarını birbirinin yerine ikame edebildiğinde doğal olarak fiyatı düşük olan malı diğerine tercih etmektedir. İkame malları pozitif çapraz esnekliğine sahiptir (Yaylalı, 2004). Çapraz esnekliğin sıfır yaklaşması ikamenin güç olduğunu, sonuz olması ise ikamenin kolay ve tam olduğunu ifade etmektedir.

İkame (rakip) bir malın ya da tamamlayıcı bir malın fiyatındaki değişmenin kendi malının talebine etkisini anlamak isteyen bir firmanın kendi malının talebinin çapraz esnekliğini bilmesi gerekmektedir. Zira bunlar firmanın üretim planları ile ilgili yaşamsal bilgilerdir.

x ve y malı tamamlayıcı özelliği taşıyorsa y malının fiyatındaki yükselme (düşme), x malının talebini azaltır (yükseltir). Tamamlayıcı mallar negatif çapraz esnekliğine sahiptir.

Çapraz esneklik; malın niteliğinin belirlenmesi açısından önemlidir. Örneğin bir mal üzerinde tekel kurulup kurulamayacağı çapraz esneklik katsayı ile belirlenmektedir. Katsayı küçük bir değer alıyorsa o mal piyasasında kolaylıkla tekel kurulabilmektedir. Çünkü mal ikamesinin söz konusu olmadığı anlaşılmaktadır.

Talebin çapraz esnekliğinin bir diğer uygulama alanı uluslararası ticaret ve ödemeler dengesidir.(Ülgen, 2014).Yerli malların fiyatlarındaki bir değişme ithâlât talebini etkileyebilmektedir. Eğer ithâlât talebinin çapraz esnekliği yüksekse (yerli ürünlerin yakın ikameleri olduğu için) ve ülke içinde enflasyon nedeniyle fiyatlar yükselmekte ise, ithâlât talebi artış gösterebilmekte bu da ödemeler dengesi açıklarına yol açabilmektedir.

2.6.4. Gelir Esnekliği

Bir malın fiyatı sabit kalmak şartıyla, tüketicinin gelirindeki bir değişme sonucunda bir malın talebinde meydana gelen değişimeye **talebin gelir esnekliği** denir.

Gelir esnekliği formülü deyişen talep ve gelir yüzdeleri arasındaki oranı belirtmektedir.

$$e_y = \frac{\text{Talepteki değişme yüzdesi}}{\text{Gelirdeki değişme yüzdesi}}$$

$$e_y = \frac{\Delta D}{D} : \frac{\Delta Y}{Y}$$

$$e_y = \frac{\Delta D}{D} \cdot \frac{Y}{\Delta Y}$$

$$e_y = \frac{\Delta D}{\Delta Y} \cdot \frac{Y}{D}$$

ΔD : Talepteki değişme

D : İlk talep

ΔY : Gelirdeki değişme

Y : İlk gelir düzeyi

Talebin fiyat esnekliği bilindiği üzere negatiftir. Ancak genellikle tüketicilerin geliri arttığı zaman talep miktarının da arttığı kabul edilmektedir. Bu nedenle talebin gelir esnekliği pozitiftir. Buna karşın Giffen malları söz konusu ise gelir artışı karşısında talep azaldığı için esneklik negatif olacaktır.

Talebin gelir esnekliği katsayısı 0 ile 1 arasında bir değer alıysa temel ihtiyaça yönelik mallar, 1'den büyük ise lüks tüketim malları tüketiliyor demektir. Talebin gelir esnekliğinin başlıca belirleyicisi malın ne derece "zorunlu" olduğunu söylemektedir. Gelişmiş ülkelerde insanların geliri arttıkça lüks malların talebinde hızlı artış olurken; temel malların talebinde küçük artış olur. Örneğin otomobil sahibi olmak ve yurt dışı tatili gibi mal ve hizmetlerin talebinin gelir esnekliği yüksekkent; sebze ve otobüs seyahati gibi mal ve hizmet talebinin gelir esnekliği düşüktür Mawkiw, N. G. (2012). Bu nedenle gelir talebin esnekliğinin ölçülmesi tüketicilerin hangi mal lüks, hangilerini zorunlu ihtiyaç maddesi olarak gördüklerini belirlemek açısından önemlidir. Özellikle vergi düzenlemelerinde adaletli bir uygulamaya da imkân tanımaktadır. Çünkü gelir esnekliği yüksek olan mallar için konulacak tüketim vergileri gelir düzeyi yüksek olan kişilerden, gelir esnekliği düşük olan mallar için konulacak tüketim vergileri ise gelir düzeyi düşük kişilerden alınmaktadır (Parasız, 1999).

Talebin gelir esnekliği, piyasaların nasıl çalıştığını anlamak bakımından temel kavramdır. Zira değişkenler (talep ve fiyat) ne kadar esnekse piyasaların değişen durumlara karşı duyarlılığı da o ölçüde fazla olmaktadır.

Ayrıca gelir esnekliğinin bilinmesi firmaların piyasaların gelecekteki hacmini kestirmeleri bakımından da önem taşımaktadır. Çünkü malın talebinin gelir esnekliği yüksek ise millî gelir arttıkça satışlarda artacaktır. Ama ekonomi resesyon'a (daralma) doğru gidiyorsa satışların düşme ihtimali söz konusu olacaktır. (Ülgen, 2014).



Hatırlatma

Günümüzde İktisat Biliminin Uğraştığı Başlıca Konular konusuna 1. Bölümde yer verilmiştir.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * **Talep:** belirli bir sürede bir mala ve bu malın değişik fiyatlarına karşı bir tüketicinin satın almak istediği mal miktarıdır. Mal fiyatları ile miktarları arasındaki değişim ters yönde olmaktadır; fiyat düşükçe mal miktarı artmaktadır, fiyat yükseldikçe talep edilen mal miktarı azalmaktadır. Buna **talep kanunu** denilmektedir.
 - * Talep eğrisinin negatif eğimli olmadığı istisnai durumlarda söz konusu olmaktadır. Bu istisnai durumlara düşük (inferior) mallar ile gösteriş amaçlı lüks tüketim mallarında rastlamak mümkündür. Talep kanuna ters düşen bu duruma **Giffen Paradosu** denilmektedir.
- * **Talep değişmesi** kavramından talep eğrisi üzerindeki bir değişme anlaşılmaktadır. **Talep kayması** ise; talep eğrisinin bütünüyle yer değiştirmesidir. Bir malın fiyatındaki değişimler karşısında tüketicilerin malın talebi ile ilgili duyarlılık dereceleri **talep esnekliği** kavramı ile ifade edilmektedir.
 - * Mala ve piyasaya göre; esnekliğin rakam olarak ifadesi çok değişik olup; sonsuz ile sıfır arasında değişmekte, bazen negatif bile olmaktadır. Esneklik **0 ile -1** arasında ise **talep esnek değildir**. **+1 ile ∞** arasında ise **talep esnek** demektir.
- * **Nokta Esnekliği** talep eğrisi üzerindeki herhangi bir noktanın esnekliğidir. **Yay esnekliği** iki noktadan geçen doğrunun orta noktasının esnekliğini belirtmektedir. Bir başka ifade ile bir önceki ve bir sonraki değerlerin basit aritmetik ortalamasıdır denilebilir.
 - * Bir malın fiyatındaki değişmenin diğer bir malın talep miktarında meydana getireceği değişikliğe **çapraz esneklik** denilmektedir. X ve Y malı arasında ikame ilişkisi varsa y malının fiyatındaki bir düşme (yükselme) x malının talebinde bir azalmaya (artma) neden olmaktadır. Çapraz esnekliğin sıfıra yaklaşması ikamenin güç olduğunu, sonsuz olması ise ikamenin kolay ve tam olduğunu ifade etmektedir. x ve y malı tamamlayıcı özelliği taşıyorsa y malının fiyatındaki yükselme (düşme), x malının talebini azaltır (yükseltir). Tamamlayıcı mallar negatif çapraz esnekliğine sahiptir.
 - * Tüketicinin gelirindeki bir değişme sonucunda bir malın talebinde meydana gelen değişimeye talebin **gelir esnekliği** denir. Talebin gelir esnekliği

katsayısı **0 ile 1** arasında bir değer alıyorsa **temel ihtiyaça yönelik mallar**, **1'den büyük** ise **lüks tüketim malları** tüketiliyor demektir.

Kaynakça

Alan, G. ve Wall, S. (2000). *Intermediate Microeconomics*. London: Prentice Hall.

Begg, D., Stanley, F. ve Rudiger, D. (2001). *Mikro İktisat* (V. Serin, Çev.). İstanbul: Alkım Yayınları.

Besanko, D. ve Braeuringam, R. R. (2002). *Microeconomics: An Integrated Approach*. New York: John Wiley.

Çiçek, S. (2017). *Mikro İktisat*. Ankara: Efil Yayınevi.

Dinler, Z. (2020). *Mikro Ekonomi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Hall R., E. ve Lieberman, M. (2010). *Microeconomics Principles and Applications*. New York: South-Western Cengage Learning.

Mansfield, E. ve Yohe, G. (2004). *Microeconomics*. New York: Norton.

Mankiw, N. G. (2012). *Principles of Microeconomics*. Boston: South Western Cengage Learning.

Parasız, İ. (1999). *Mikroekonomi Orta Düzey Yaklaşım*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Ülgen, G. (2014). *Mikro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş*. 7.Baskı. İstanbul: Türkmen Kitabevi

Yaylalı, M. (2004). *Mikro İktisat*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

Bölüm Soruları

1. Bir kavramı belirleyen çok sayıda değişkenden bir tanesinin değiŞebileceği, diğer değişkenlerin sabit kalacağı varsayımlına ne ad verilir?
 - A) Homo economicus
 - B) Mutatis mutandis
 - C) Ceteris paribus
 - D) Laissez faire
 - E) Vice versa
2. Aşağıdakilerden hangisi ikame mala örnektir?
 - A) Reçel – Peynir
 - B) Tavuk - Koyun
 - C) Araba - Benzin
 - D) Çay – Şeker
 - E) Bilgisayar – Masa
3. İlişkili mallardan birinin fiyatında meydana gelen bir artış diğer malın talep miktarında artısa neden oluyorsa bu mallara ne ad verilir?
 - A) Giffen mal
 - B) Düşük mal
 - C) Normal mal
 - D) Tamamlayıcı mal
 - E) İkame mal
4. A malının tamamlayıcısı olan B malının fiyatı artarsa, aşağıdakilerden hangisi meydana gelir?
 - A) A malının talebi artar
 - B) A malının talebi azalır
 - C) B malının talebi artar
 - D) B malının talebi değişmez
 - E) A malının talebi değişmez
5. Aşağıdakilerden hangisinde talep eğrisi sola kaymaz?
 - A) İkame malın fiyatının artması
 - B) İkame malın fiyatının düşmesi
 - C) Tüketicinin gelirinin düşmesi
 - D) Tamamlayıcı malların fiyatının artması
 - E) Nüfus miktarının azalması
6. Aşağıdakilerden hangisi talep eğrisinin kaymasına etki eden faktörlerden değildir?
 - A) Fiyatlardaki değişme
 - B) Tüketicisi sayısı
 - C) Gelirdeki değişme
 - D) Beklentiler
 - E) İkame mal fiyatı
7. Aşağıdakilerden hangisi çapraz talep esnekliği pozitif olan malları göstermektedir?
 - A) Veblen Malı
 - B) İkame Malı
 - C) Tamamlayıcı Mal
 - D) Giffen Malı
 - E) Snop Mal
8. Aşağıdakilerden hangisi malın talep edilen miktarının, bu malın fiyatı karşısındaki duyarlılığının ölçüsünü ifade etmektedir?
 - A) Talebin gelir esnekliği
 - B) Talebin tercih esnekliği
 - C) Çapraz talep esnekliği
 - D) Talebin ikame esnekliği
 - E) Talebi fiyat esnekliği

9. Çapraz talep esnekliği negatif olan mallara ne ad verilir?

- A) Veblen Malı
- B) İkame Malı
- C) Tamamlayıcı Mal
- D) Giffen Malı
- E) Snop Mal

10. Negatif gelir esnekliği olan mal grubu aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Tamamlayıcı mallar
- B) İkame mallar
- C) Normal mallar
- D) Düşük mallar
- E) Serbest mallar

Cevap Anahtarı

1. C	2. B	3. E	4. B	5. A
6. A	7. B	8. E	9. C	10. D



3. ARZ

“Her arz kendi talebini yaratır.”

Jean Baptiste Say



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Arz ile mal fiyatı arasındaki pozitif yönlü ilişkinin üretici açısından önemini kavrayabilir.
- Arzı belirleyen unsurlardan birindeki bir değişikliğin eğrinin yer değiştirmesine yol açtığını öğrenebilir.
- Arz esneklik derecelerindeki değişimin arz kararlarını nasıl etkileyebileceği hakkında bilgi sahibi olabilir.

Başlamadan Önce

Arz kavramının tanımına ilişkin bilgi verildikten sonra arz fonksiyonu formüle edilerek arzı belirleyen unsurlar açıklanacaktır. Arz ile mal fiyatı arasındaki aynı yönlü ilişkiyi açıklayan arz kanunu ve bunun geometrik ifadesini gösteren pozitif eğimli arz eğrisi ele alınacaktır. Bunun yanı sıra arzı belirleyen unsurlardan mal fiyatındaki değişmenin etkisi arz değişmesi kavramı ile açıklanırken, arzı belirleyen mal fiyatı dışındaki diğer unsurlardan bir veya birkaçında meydana gelen değişim etkisi arz eğrisindeki kayma başlıklarını ile açıklanacaktır. Bu bölümde ayrıca fiyat değişimlerinin üreticilerin duyarlılık dereceleri üzerindeki etkileri arz esnekliği kavramı ile ele alınırken, nokta esnekliği, yay esnekliği ve çapraz esneklik gibi çeşitli durumları da açıklanacaktır.

Birlikte Düşünelim

1. Arz eğrisinin pozitif eğimli olma sebebi nedir?
2. Arz esneklik derecesinin sıfır olması üretici kararlarını nasıl etkilemektedir?
3. Arz edilen mal fiyatındaki değişme arz eğrisini nasıl etkilemektedir?



Hatırlatma

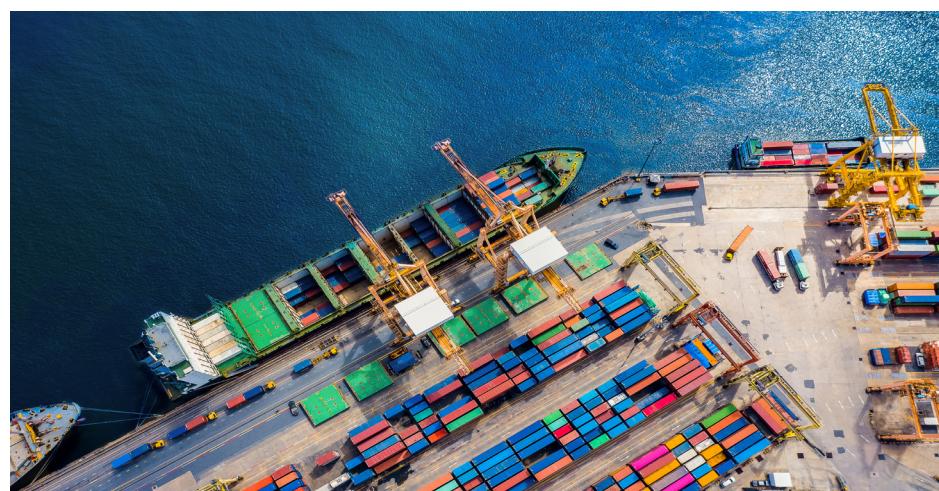
İktisadi Faaliyetin Niteliği konusuna 1. Bölümde yer verilmiştir.

3.1. Arz Kavramı

İktisadi faaliyetler, insan ihtiyaçlarını giderme amacıyla yönelik olarak mal ve hizmetlerin üretilmesini kapsamaktadır. Mal ve hizmet üretimi ise iktisat biliminde arz kavramını oluşturmaktadır.

Arz; bir satıcının veya üreticinin belli bir zaman süresi içinde elinde bulunduğu bir malın, değişik fiyatları karşısında piyasada bu maldan satmaya razı olduğu miktarıdır. Kısaca arzı; bir satıcının belli bir fiyattan satmak istediği mal miktarı olarak da tanımlayabiliriz. Arz bir üretim olmakla birlikte bir satış arzusudur (Alan ve Wall, 2000).

Satıcının veya üreticinin satmaya razı olacağı mal miktarları o malın değişik fiyatlarının etkisi altındadır. Aynı malın alternatif fiyatları karşısında satıcının arzı da değişmektedir. Bu anlamda arz malın fiyatını belirleyecek bir unsur olmayıp; aksine arz fiyat tarafından belirlenmektedir (Wessels, 2000).



Fiyat miktar bileşimlerinin gösterildiği listeye arz tablosu denilmektedir. Üretici veya satıcı elindeki malın fiyatı 0.50 TL iken malını piyasaya sürmez. Ancak fiyat 1.00 TL iken 1 kg, 1.50 TL iken 2 kg, 2.00 TL 3 kg satmaya razı olur. (Ülgen, 2019). Böylece fiyatlar arttıkça arz miktarı da artmaktadır. (Tablo-2)

Tablo 2.

Malın Fiyatı (P) TL	Arz Edilen Mal Miktarı (Q) Kg
0.50	0
1.00	1
1.50	2
2.00	3

Yukarıdaki tablo incelendiğinde mal fiyatları ile arz miktarları arasında aynı yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

3.2. Arz Fonksiyonu

Arz fonksiyonu, bir malın mümkün olan bütün fiyatları ile bu fiyatlardan arz edileBILECEK mal miktarları arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Bir üreticinin veya satıcının; üretmek ve satmak istediği mal miktarı birçok faktörlerin etkisi altında- dır. Bunları aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür.



Görsel 6. Kavramlar

Malın Fiyatı: Bir malın arzı malın fiyatına bağlı olup; mal arzı ile mal fiyatları arasında aynı yönlü bir ilişki vardır. Bu nedenle malın fiyatı artarken arzı artmaktadır; fiyatı düşerken arzı da düşmektedir.

Diğer Mal Fiyatları: Arz miktarı diğer mal fiyatlarının etkisi altındadır (Ünsal, 2020). Fiyatı yüksek olan mallara karşı fiyatı değiştirmeyen mal üretimi üreticiler tarafından tercih edilmeyecektir. Örneğin elma ve armut yetişticisi bir üretici; elmanın fiyatı yükseldiğinde arzını artıracaktır, armut arzını ise fiyatı değiştirmeden daraltacaktır. Bu nedenle bir malın fiyatı artarken, diğer malın arzında düşüş görülebilmektedir.

Üretim Maliyetleri: Bir malın arzı yapılan üretim masraflarının da etkisindedir. Malın üretiminde kullanılan üretim faktörlerinin fiyatları arttığında maliyetler yükseleceğinden piyasaya sürecekleri arz miktarı azalmaktadır. Tersi durumda ise arz miktarını artırmaktadırlar.

Teknoloji: Teknoloji gelişmeye bağlı bir üretim gerçekleştirildiğinde maliyeti düşürücü etkisi nedeniyle arz miktarı artmaktadır.

Zevkler ve Moda: Tüketicilerin zevkleri ve moda değişimleri bir malın arzında etkili olabilmektedir. Özellikle değişen modaya paralel olarak ortaya çıkan talep artışı bu doğrultudaki mal arzını da arttırmış olacaktır.

Üreticilerin Beklentileri: Geleceğe yönelik mal fiyatında değişme beklenisi üreticinin arz kararlarında etkili olacaktır. Zira üretici malını beklenen fiyatta göre değerlendirmektedir. Çünkü fiyat beklenileri tüketicilerin mala olan taleplerini de etkilemektedir.

Vergiler: Devlet tarafından alınan bazı vergiler üretim maliyetlerini yükseltmekte, bu da arz miktarında azalmalara neden olmaktadır.

Firma Sayısı: Kısa dönemde değişimyen firma sayısı uzun dönemde piyasaya yeni firmaların girmesiyle artış kaydetmekte, bu da arz miktarını artırmaktadır.

Tüm bu açıklamalar doğrultusunda denilebilir ki bir malın arzı bu malın fiyatı ile (yukarıdaki tüm unsurları tek bir değer içinde kabullenmek kaydıyla) üretim maliyetlerinin fonksiyonudur. Arz fonksiyonu;

$$S = f(P_x, P_d, C, T, Z, B, V, N)$$

S : Arz

P_x : Arz Edilen Mal Fiyatı

P_d : Diğer Mal Fiyatları

C : Üretim Maliyetleri

T : Teknoloji

Z : Zevkler ve Moda

B : Üreticilerin Beklentileri

V : Vergiler

N : Firma Sayısı

Tüm bu unsurları değerlendirmeye almak ilişkisi analiz etme açısından bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle talep konusu işlendiğinde de ifade edildiği üzere diğer tüm unsurlar veri kabul edilip ceteris paribus olarak değerlendirildiğinde bir malın arzı fiyatının fonksiyonu şeklinde belirtilmektedir.

$$S = f(P_x) \text{ ceteris paribus}$$



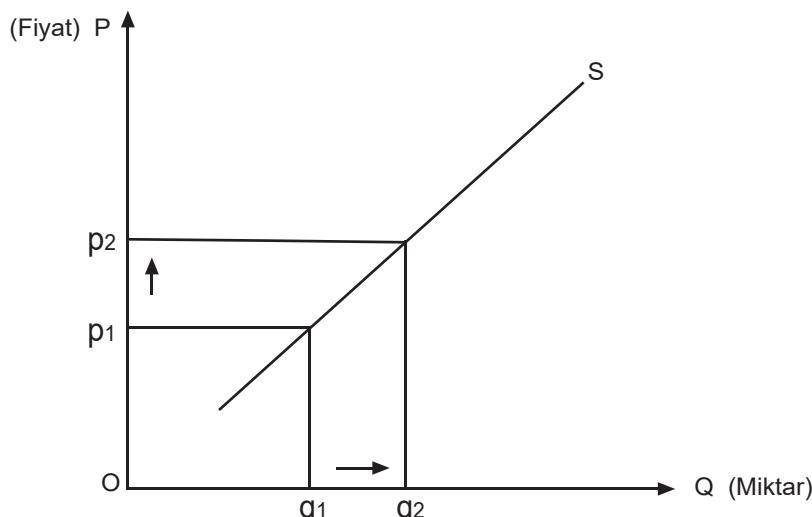
Hatırlatma
Talep Fonksiyonu konusuna
2. Bölümde yer verilmiştir.

Genellikle bir mal fiyatı attığında diğer unsurlar ceteris paribus ise arzı artmakta, tersine mal fiyatı düştüğünde arz miktarı azalmaktadır.

3.3. Arz Eğrisi ve Arz Kanunu

Tüm diğer değişkenler sabit iken, belli bir dönemde çeşitli fiyat seviyelerinde üreticilerin üretmek, satıcıların da satmak istedikleri mal miktarlarının geometrik yerine arz eğrisi denilmektedir (Ülgen, 2014). Arz eğrisi bir malın değişik fiyatlarla satılabilen miktarlarını gösteren sol aşağıdan başlayıp sağ yukarıya doğru yükselen bir eğridir. (Şekil - 17)

Genellikle, bir mal fiyatının artması, diğer unsurlar ceteris paribus ise arzı artırrı veya fiyat azalışi arz hacmini azaltır (Sloman, 2013). Buna **arz kanunu** denir. Teknik ifade ile arz fiyatın artan bir fonksiyonudur.

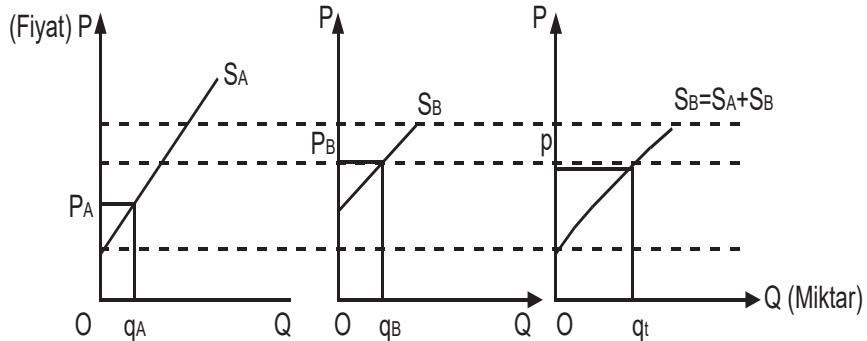


Şekil 17.

Yatay eksen üzerinde arz miktarları, dikey eksende fiyatlar gösterilmektedir. Şekilde görüleceği üzere malın fiyatı P_1 iken arz miktarı q_1 , fiyatın P_2 'ye çıkması arz miktarını da q_2 'ye çıkarmaktadır. Bu nedenle malın fiyatı ile arz edilen miktar arasındaki aynı yönlü ilişki arz eğrisinin pozitif eğimli olmasına yol açmaktadır.

Bir malın toplam veya piyasa arzı ise bütün üreticilerin belirli bir zaman süresi içinde değişik fiyatlar karşısında satmaya razı oldukları toplam miktarlardır. Bir malın bireysel arzına etki eden unsurlar aynı şekilde toplam veya piyasa arzında

da kendini göstermektedir. Piyasa veya toplam arz eğrisi bireysel üreticilerin arz eğrileri yatay toplamıdır. (Şekil - 18)



Şekil 18.

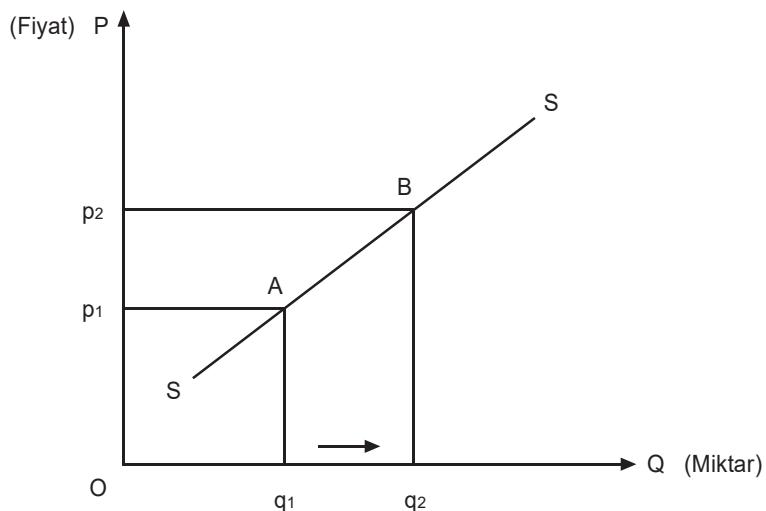
Birinci üreticinin arzı S_A , ikinci üreticinin arzı S_B ise ikisinin toplam arzı S_T olup, S_A ve S_B arzlarının toplamına eşittir.

$$S_T = S_A + S_B$$

Burada sadece iki üreticinin değil, n sayıdaki üreticilerden de arz eğrileri çiziliip, toplam arzları bulunabilir.

3.4. Arz Değişmesi ve Arz Eğrisi Üzerinde Kaymalar

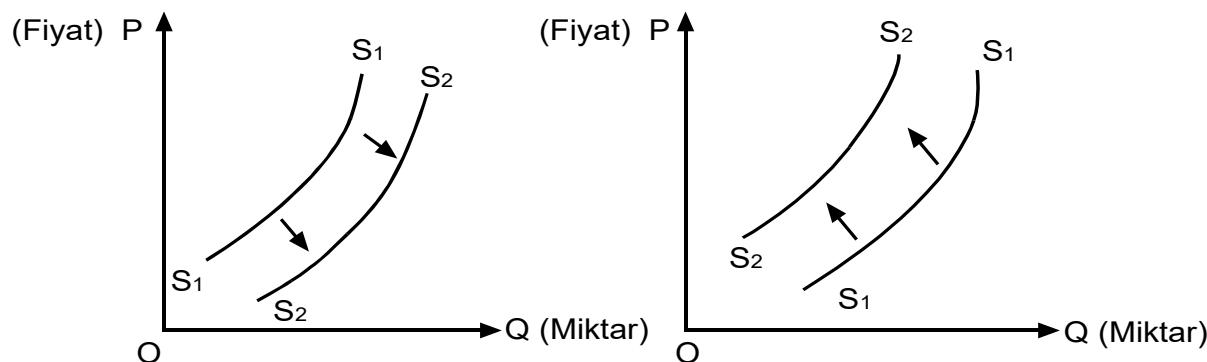
Arz değişmesi de tipki talepteki gibi arz eğrisi üzerindeki bir değişimi ifade etmektedir. Buna göre arzı etkileyen diğer faktörler sabit iken; belirli bir fiyat-miktar bileşiminden diğer bir fiyat-miktar bileşimine geçildiği görülmektedir. (Şekil - 19)



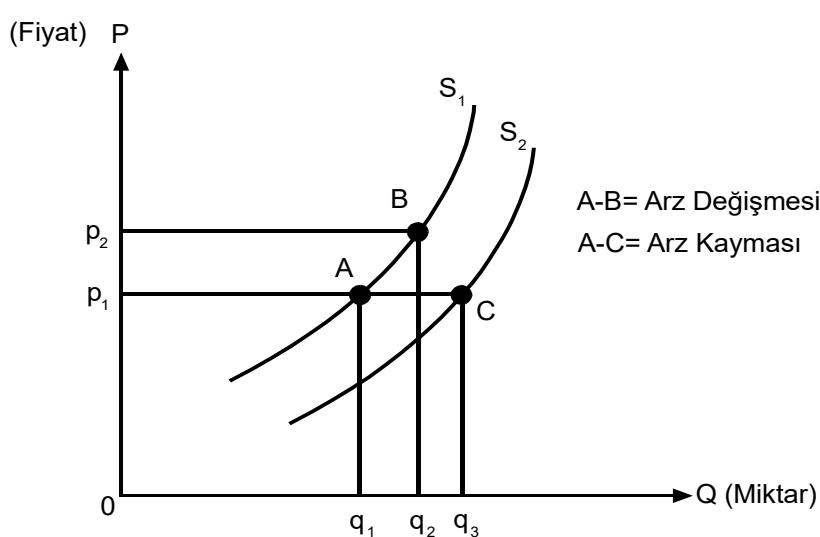
Şekil 19.

Şekilde görüleceği üzere fiyat P_1 iken piyasaya q_1 kadar mal arz edilirken; fiyat P_2 'ye çıktığında arz miktarı q_2 olmaktadır. Böylelikle bir arz eğrisi üzerinde bir noktadan (A noktası), başka bir noktaya (B noktası) geçilmesi, arzı etkileyen diğer değişkenler ceteris paribus durumunda iken malın fiyatındaki değişmeden kaynaklanmaktadır (Bocutoğlu ve diğerleri, 1998).

Arz kayması ise; arz eğrisinin bütünüyle yer değiştirmesidir. Bir malın arzındaki fonksiyonel ilişkinin çerçevesini çizen faktörlerin bir veya birkaçının değiştiğinde; arz eğrisi bütünüyle sağa veya sola kaymaktadır. Arz eğrisi sağa kaydığında arz artışını (Şekil-20a), sola kaydığında arz azalmasını (Şekil-20b) ifade etmektedir.



Arz değişmesi ve arz kayması ile ilgili durumu tek bir grafik ile göstermek istedigimizde durum (Şekil - 21)'teki gibidir.



A noktasından B noktasına gelindiği zaman, arz miktarındaki artış, arz eğrisi boyunca hareketliliği yansıtır. Bu malın fiyatındaki artışın bir sonucudur.

A noktasından C noktasına gelindiği zaman arz edilen miktardaki artış, arz eğrisinin kaymasını yansıtır. Bu veri fiyat düzeyinde (P_1) arz edilen miktardaki artışın bir sonucudur.



Görsel 7. Arz Kaymasına Etki Eden Faktörler

- **Diğer Mal Fiyatlarındaki Değişme:** Arz edilen malın fiyatında değişiklik olmadığı halde; aynı üretim faktörleri ile üretilebilecek diğer malların fiyatındaki bir artış o malın arzını azaltacak ve arz eğrisini sola doğru kaydıracaktır (Krugman ve Robin, 2009). Çünkü diğer mal üretiminin kârlılığı artacağından o malın arzı azaltılmakta veya üretimden vazgeçilmektedir. Örneğin armut fiyatları değişmez-

ken elma fiyatları artarsa elma üretimi daha kârlı olacağından üreticiler armut üretimini azaltıp elma üretimini artırırlar. Üretici açısından tamamlayıcı veya rakip mal söz konusu olmayıp; diğer mal fiyatları ile arz arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

- Üretim Maliyetleri: Bir malın arzı üretim maliyetlerindeki değişimden etkilenmektedir. Üretim faktörleri fiyatlarındaki bir yükselme maliyetleri arttırap, kârlığı azaltacağı için üreticiler mal arzını kısmaktadır. Faktör fiyatlarındaki bir düşüş ise maliyetleri azaltıp; kârlılığı arttıracakından üreticiler mal arzını artırmaktadırlar (Çelik, 2012). Bu durumda üretim faktörleri fiyatları ile mal arzı arasında negatif bir ilişki olduğu görülmektedir.

- Teknoloji: Maliyetleri düşürücü etkisi nedeniyle teknolojik değişim arz miktarını artıracı etki yaratmakta ve arz eğrisini sağa doğru kaydirmaktadır. Üretim teknolojisinde firmalar kullandıkları teknolojiden daha eski bir teknolojiyi kullanmak istemeyeceklerinden teknolojik bilgi açısından arz miktarında azalma olmamaktadır (Dinler, 2020).

- Zevkler ve Moda: Tüketicilerin zevk ve tercihleri üretim miktarı üzerinde etkili olmaktadır. **Moda**daki değişimler neticesinde tüketici zevk ve taleplerindeki artışlar arzı artıracı etki yapmaktadır (Krugman ve Obstfeld, 2003). Tersi durumda yani talepteki bir azalma durumunda ise arzı azaltıcı bir etki yaratmaktadır; arz eğrisini sola doğru kaydirmaktadır.

- Üreticinin Beklentileri: Gelecekte fiyatların yükseleceği bekłentisi var ise arz miktarı artırılacağından arz eğrisi sağa kaymaktadır, tersi durumda ise arz miktarı azaltılacağından arz eğrisi sola kaymaktadır.

- Vergiler: Devletin vergi uygulamaları maliyet artıracı bir etki yarattığından dolayı arz eğrisinde sola doğru bir kayma meydana getirmektedir.

- Firma Sayısı: Kısa dönemde firma sayısı değişmemektedir. Uzun dönemde ise firma sayısı artışı arz eğrisini sağa kaydırırken, firma sayısı azalışı da arz eğrisini sola kaydirmaktadır.

3.5. Arz Esnekliği

Üreticiler, fiyat değişiklikleri doğrultusunda üretimlerini artırma veya azaltma kararı almaktadırlar. Bu karar maldan mala değişiklik gösterdiği gibi aynı malın farklı fiyatları karşısında da değişmektedir. Fiyat değişimleri karşısında arzin duyarlılık veya tepki dereceleri arz esnekliği kavramı ile ifade edilmektedir (Himmelman ve diğerleri, 2001). Arz esnekliği; fiyatındaki değişim yüzdesinin arzdaki değişim yüzdesine oranlanması ile ölçülmektedir.

$$e_s = \frac{\text{Arzdaki değişim yüzdesi}}{\text{Fiyattaki değişim yüzdesi}}$$



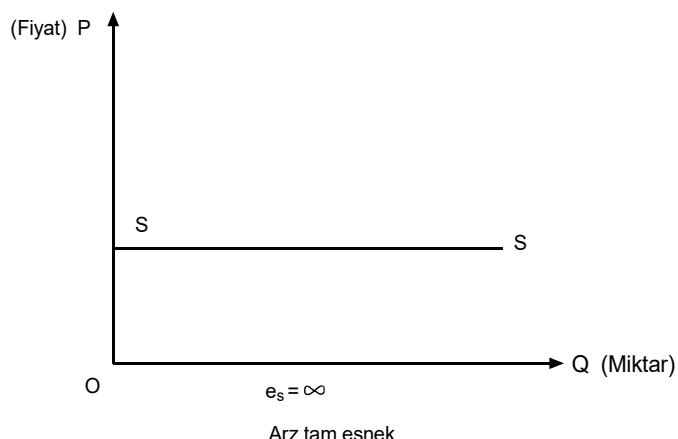
Anahtar Kavram

Moda: Belirli bir süre etkinliği olan toplumsal beğenisi ya da bir şeye karşı geniş bir kitle tarafından gösterilen aşırı düşkünlük veya teveccüh.

Fiyat ve miktarlar daima aynı yönde değişiklerinden arz esnekliğinin işaretini pozitiftir. Arz esnekliğinin bilinmesi; bir malın fiyatındaki artış veya azalışların, satılan mal miktarını nasıl etkilediğinin bilinmesi açısından önemlidir (Kirman ve Lapiel, 1991).

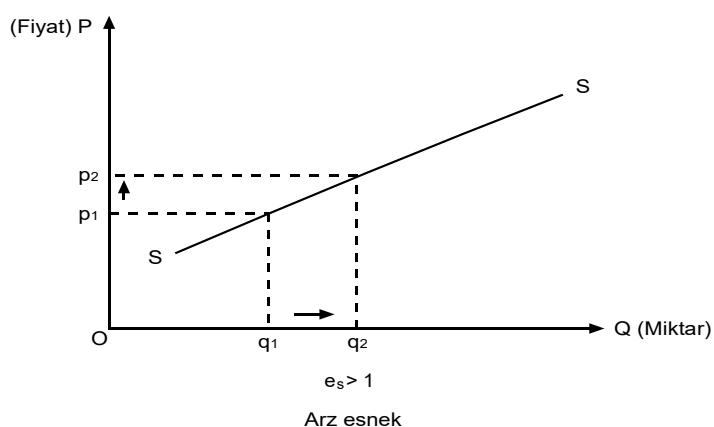
Talep esnekliğinde olduğu gibi arz esnekliği de beş çeşit olup; sıfır ile sonsuz arasında değişmektedir. Arz esneklik katsayısı birden büyük ise arz esnek, birden küçük ise arz esnek değildir.

1- Arz esnekliğinin sonsuz olması: Üreticilerin arz ettikleri malın miktarı ne olursa olsun; fiyatta herhangi bir değişme olmamaktadır. Belirli bir piyasa fiyatında arz edilen bütün mallar satılmaktadır. Bu durumda arz doğrusu yatay eksene paraleldir. (Şekil-22)



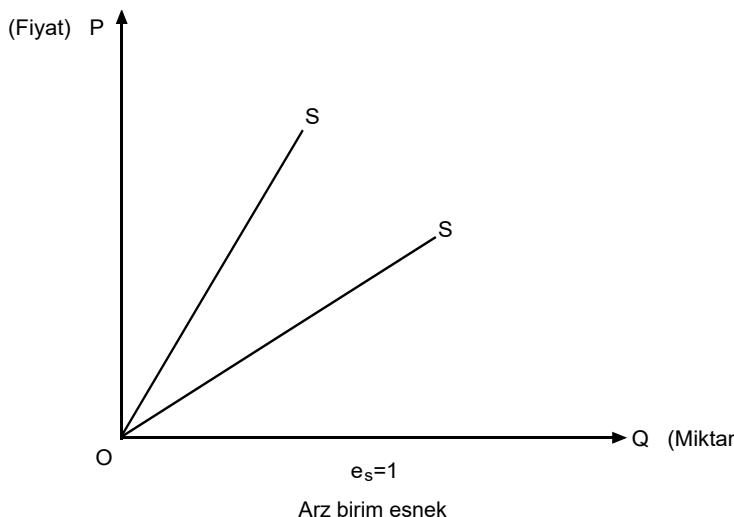
Şekil 22.

2- Arz esnekliğinin 1'den büyük olması: Üreticilerin arz ettikleri miktarlar, fiyatın değişen yüzdesinden daha fazla değişmektedir. Başka bir ifade ile; fiyattaki küçük değişmeye karşılık arzda daha fazla bir değişme meydana gelmektedir. Arz doğrusu yatay eksene yatkı bir hal almaktadır. (Şekil - 23)



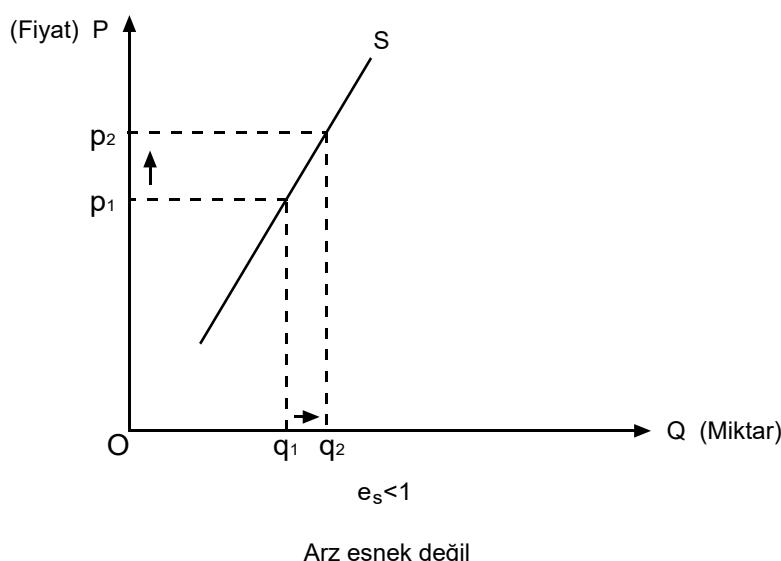
Şekil 23.

3- Arz esnekliğinin 1'e eşit olması: Orijinden çıkan arz doğrusunun eğimi ne olursa olsun, doğrunun üzerindeki her noktanın esnekliği 1'e eşittir. Eğer arz doğrusu dikey eksene yaklaşıyorsa fiyat artışı arz artışından büyük olmakta yani piyasada tekelleşme görülmektedir. (Ülgen, 2014). Arz doğrusu yatay eksene yaklaşıyorsa üretim artışı fiyat artışından büyük olmakta ve serbest piyasaya yönelme görülmektedir. (Şekil-24)



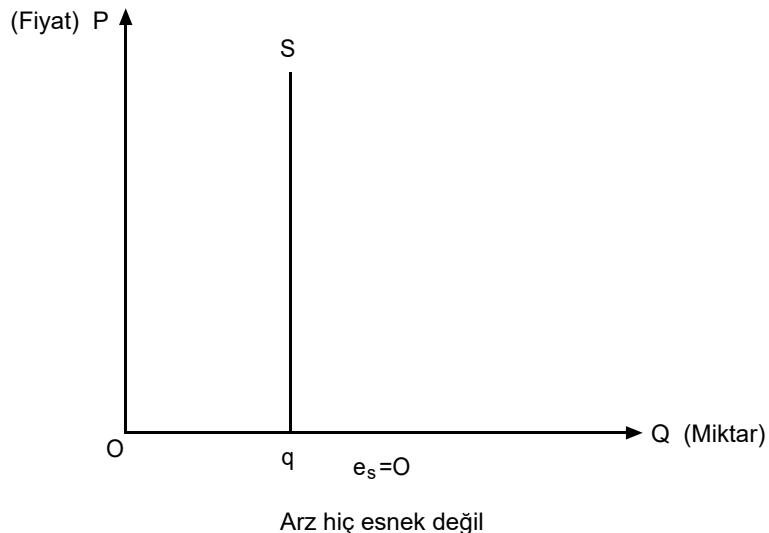
Şekil 24.

4- Arz esnekliğinin 1'den küçük olması: Üreticilerin arz ettikleri miktarlar fiyatın değişen yüzdesinden daha az değişmektedir. Fiyat yükselmesi karşısında arz miktarındaki artış oldukça az olmaktadır. Arz doğrusu dikey eksene doğru bir dikleşme göstermektedir. (Şekil - 25)



Şekil 25.

5- Arz esnekliğinin sıfır olması: Üreticilerin piyasaya arz ettikleri arz miktarı fiyat ne olursa olsun değişmemektedir. Başka bir ifade ile arz miktarının fiyatla hiçbir ilgisi bulunmamaktadır. Çeşitli fiyatlarda piyasaya belli miktarda mal arz edilmektedir. Arz doğrusu yatay eksene dikme şeklindedir. (Şekil - 26)



Şekil 26.

Talepte olduğu gibi arzin fiyat esnekliği çeşitli şekillerde hesaplanmaktadır.

3.5.1. Nokta Esnekliği

Arz eğrisi üzerindeki herhangi bir noktanın esnekliğidir.

Formüle edersek;

$$e_n = \frac{\Delta q_s}{q_s} : \frac{\Delta P}{P}$$

$$e_n = \frac{\Delta q_s}{\Delta P} \cdot \frac{P}{q_s}$$

Δq_s : Arz miktarındaki değişim

q_s : İlk arz miktarı

ΔP : Fiyattaki değişim

P : İlk fiyat

3.5.2. Yay Esnekliği

Arz eğrisi üzerindeki iki nokta arasında kalan kısmının esnekliği olup; iki nokta için bulunan esnekliğin ortalaması olarak da ifade edilmektedir. Arzin yay esnekliği;

$$e_y = \frac{q_{s1} - q_{s2}}{q_{s1} + q_{s2}} : \frac{P_1 - P_2}{P_1 + P_2}$$

$$e_y = \frac{q_{s1} - q_{s2}}{q_{s1} + q_{s2}} \cdot \frac{P_1 + P_2}{P_1 - P_2}$$

$$e_y = \frac{q_{s1} - q_{s2}}{P_1 - P_2} \cdot \frac{P_1 + P_2}{q_{s1} + q_{s2}}$$

formülü ile hesaplanmaktadır (Jones, 2012). Yay esnekliğinde talep konusunda ifade edildiği üzere miktar ve fiyat toplamları ele alınmaktadır.

3.5.3. Çapraz Esneklik

Bir malın arzını etkileyen faktörler arasında diğer mal fiyatları da bulunmaktadır.

İşte bir malın fiyatındaki bir değişmenin diğer malın arz miktارında meydana getirdiği değişime çapraz esneklik denilmektedir.

$$e_c = \frac{\text{X malının arz miktarındaki değişme yüzdesi}}{\text{Y malının fiyatındaki değişme yüzdesi}}$$

$$e_c = \frac{\Delta S_x}{S_x} : \frac{\Delta P_y}{P_y}$$

$$e_c = \frac{\Delta S_x}{\Delta P_y} \cdot \frac{P_y}{S_x}$$

ΔS_x : X malının arzındaki değişim

S_x : X malının ilk arzı

ΔP_y : Y malının fiyatındaki değişim

P_y : Y malının ilk fiyatı

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * **Arz;** bir satıcının veya üreticinin belli bir zaman süresi içinde elinde bulundurduğu bir malın, değişik fiyatları karşısında piyasada bu maldan satmaya razı olduğu miktarıdır. Arz bir üretim olmakla birlikte bir satış arzusudur. Bir mal fiyatının artması, diğer unsurlar ceteris paribus ise arzı arttırır veya fiyat azalışı arz hacmini azaltır.
 - * Mal fiyatları ile miktarları arasındaki değişim aynı yönde olmakta; fiyat yükseldikçe mal miktarı artmaktadır, fiyat düştükçe arz edilen mal miktarı azalmaktadır. Fiyat ile arz arasında pozitif bir ilişki olmasına **arz kanunu** denir.
- * **Arz değişmesi** arz eğrisi üzerindeki bir değişimi ifade etmektedir. Buna göre fiyat değişiklikleri karşısında belirli bir fiyat miktar bileşiminden diğer bir fiyat miktar bileşimine geçiş söz konusu olmaktadır.
 - * **Arz kayması** ise; arz eğrisinin bütünüyle yer değiştirmesidir. Arzı belirleyen fonksiyonel unsurlardan bir veya birkaç tanesinde meydana gelen bir değişme arz eğrisinin bütünü ile yer değiştirmesine neden olmakta sağa veya sola doğru kaymaktadır.
 - * Arz esnekliği; fiyatındaki değişme yüzdesinin arzdaki değişme yüzdesine oranlanması ile ölçülmektedir. Arz esnekliği beş çeşit olup; sıfır ile sonsuz arasında değişmektedir. Arz esnekliğinin bilinmesi; bir malın fiyatının belirli bir oranda değişmesi sonucu üretici veya satıcının üretim veya satış düzeyinin ne yönde değişeceğini saptamak bakımından önem taşımaktadır. Mala ve piyasaya göre; esnekliğin sonsuz ile sıfır arasında değişmekte, bazen negatif bile olmaktadır. Esneklik **0 ile -1** arasında ise **arz esnek değildir. +1 ile ∞** arasında ise **arz esnek** demektir.
- * Arzin fiyat esnekliği çeşitli şekillerde hesaplanmaktadır. **Nokta Esnekliği** arz eğrisi üzerindeki herhangi bir noktanın esnekliğidir.
 - * **Arzin yay esnekliği;** arz eğrisi üzerindeki iki nokta arasında kalan kısmının esnekliği olup; iki nokta için bulunan esnekliğin ortalaması olarak da ifade edilmektedir.
- * Bir malın fiyatındaki bir değişmenin diğer malın arz miktarında meydana getirdiği değişime çapraz esneklik denilmektedir. Böylece ikame ve tamamlayıcı mal fiyatındaki değişimlerin üreticilerin arz kararlarını nasıl etkileyeceği arzin çapraz esnekliğine göre belirlenmektedir.

Kaynakça

Alan, G. ve Wall, S. (2000). *Intermediate Microeconomics*. London: Prentice Hall.

Bocutoğlu, E., Berber, M. ve Çelik, K. (1998). *İktisada Giriş*. Trabzon: Derya Kitabevi.

Çelik, T. (2012). *Mikro İktisat*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.

Dinler, Z. (2020). *Mikro Ekonomi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Himmelweit, S., Roberto, S. ve Andrew, T. (2001). *Microeconomics*. Boston: Thompson.

Jones, C. I. (2012). *Macroeconomics*. New York: W. W. Norton & Company.

Kirman, P. K. ve Lapiède, A. (1991). *Microeconomics*. Paris: PUF.

Krugman, P. ve Obstfeld M. (2003). *International Economics*. New York: Oxford University Press.

Krugman, P. ve Robin W. (2009). *Microeconomics*. New York: Worth Publishers.

Sloman J. (2013). *Mikro İktisat*. (A. Çakmak, Çev.). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Ülgen, G. (2014). *Mikro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kita-bevi

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş.7.Baskı*.İstanbul: Türkmen Kitabevi

Ünsal, E. (2020). *Mikro İktisat*. Ankara: Murat Yayınları.

Wessels, W. J. (2000). *İktisat* (Ü. Çağlar, Çev.). İstanbul: Alfa Yayınları.

Bölüm Soruları

- 1. İktisadi faaliyetlerde insan ihtiyaçlarını giderme amacıyla yönelik mal ve hizmet üretilmesine ne denir?**
- A) Talep
 - B) Arz
 - C) Esneklik
 - D) Fayda
 - E) Tüketim
- 2. Aşağıdakilerden hangisi arzı etkileyen faktörlerden değildir?**
- A) Üretim teknolojilerinin değişmesi
 - B) Maliyetlerdeki değişimeler
 - C) Malın fiyatındaki değişme
 - D) Diğer mal fiyatının değişmesi
 - E) Hava koşulları
- 3. Yatay eksene paralel bir arz eğrisi söz konusu olduğunda esneklik derecesi kaç olur?**
- A) Arz esnekliği sıfırdır.
 - B) Arz esnekliği birden küçüktür.
 - C) Arz esnekliği bire eşittir.
 - D) Arz esnekliği birden büyütür.
 - E) Arz esnekliği sonsuzdur.
- 4. Aşağıdakilerden hangisi arz kanununu anlatır?**
- A) Arz eğrisinin pozitif eğimli olması
 - B) Arz eğrisinin negatif eğimli olması
 - C) Arz eğrisinin yatay olması
 - D) Arz eğrisinin düşey olması
 - E) Arz eğrisinin hiperbol eğri olması
- 5. Arz miktarındaki yüzde değişmenin malın fiyatındaki yüzde değişme oranına ne ad verilir?**
- A) Arz esnekliği
 - B) Talep esnekliği
 - C) Gelir esnekliği
 - D) Geçiş esnekliği
 - E) Çapraz esnekliği
- 6. Üreticilerin arz ettikleri miktarlar fiyatın değişen yüzdesinden daha düşük düzeyde olduğunda esneklik katsayısı kaç olur?**
- A) $se:0$
 - B) $se>1$
 - C) $se<1$
 - D) $se:1$
 - E) $se:\infty$
- 7. Arzı belirleyen öncelikli unsur hangisidir?**
- A) Malın fiyatı
 - B) Maliyetler
 - C) Teknoloji
 - D) Diğer mal fiyatları
 - E) Zevk ve moda
- 8. Aşağıdakilerden hangisi arz eğrisinin kaymasına neden olmaz?**
- A) Diğer malın fiyatının artması
 - B) İlgili malın fiyatının artması
 - C) Teknolojinin gelişmesi
 - D) İşçilik ücretlerinin artması
 - E) Sermayeye ödenen faizin artması

9. Üretim faktörlerinin fiyatlarının artışı halinde aşağıdakilerden hangisi gerçekleşir?

- A) Mal maliyetleri azalır
- B) Malın talebi artar
- C) Malın arz eğrisi sola kayar
- D) Malın fiyatı azalır
- E) Üretim miktarı artar

10. Aşağıdakilerden hangisi arz kanunu anlatır?

- A) Arz eğrisinin pozitif eğimli olması
- B) Arz eğrisinin negatif eğimli olması
- C) Arz eğrisinin yatay olması
- D) Arz eğrisinin dikey olması
- E) Arz eğrisinin hiperbol eğri olması

Cevap Anahtarı

1. B	2. E	3. E	4. A	5. A
6. C	7. A	8. B	9. C	10. A



4. PIYASA DENGESİ

“Bireysel çıkarlar ortak iyiye hizmet eder.”

Adam Smith



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Fiyat ve miktar değişimlerinin arz ve talep açısından inceleyebilir.
- Talep esnek ise arz eğrisinin artış yönünde sağa, azalış yönünde sola doğru kaymasının fiyatta ve miktarda meydana getirdiği değişiklikleri inceleyebilir.
- Karaborsa olayında talebin arzdan fazla olması nedeniyle tüketicinin daha yüksek fiyata maruz kalabileceğini kavrayabilir.

Başlamadan Önce

Bu bölümde ikinci bölümde talep kavramı ile tüketicilerin üçüncü bölümde arz kavramı ile de üreticilerin iktisadi davranışlarının ortak bir zeminde karşılaşmalarını ifade eden piyasa kavramı ele alınarak, fiyat belirlenmesi incelenecaktır. Ayrıca gerek üreticilerin gerekse üreticilerin tercih, karar ve davranışlarında meydana gelebilecek değişimlerin Arz ve talep eğrilerinin değişimine bağlı olarak; talep kaymalarının yarattığı denge durumları ile arz kaymalarının yarattığı denge durumları incelenecaktır. Daha sonra esneklik derecelerine göre talep ve arz kaymalarının denge durumları da açıklanacaktır.

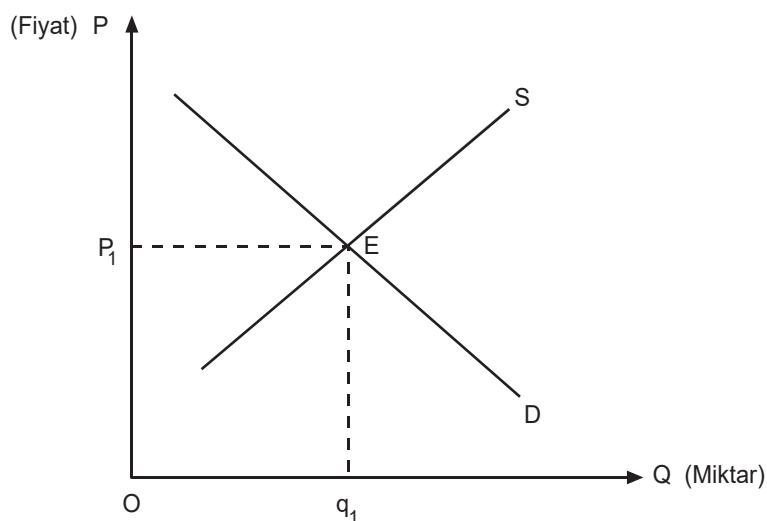
Birlikte Düşünelim

1. Hangi noktada piyasa dengesi sağlanmaktadır?
2. Kuraklık nedeniyle arzda meydana gelen azalma denge fiyatında ve denge miktارında nasıl bir duruma yol açmaktadır?
3. Talep esnekliği zayıf tarımsal malların arzındaki değişmelerin, bu malların fiyatlarını hangi yönde etkilemektedir?

4.1. Piyasa Dengesi ve Zaman Dönemleri

Buraya kadar mal piyasanın talep ve arz analizleri yapılmıştır. Şimdi ise mal ve hizmet satın almak isteyen tüketiciler ile mal ve hizmet satmak isteyen üreticileri karşı karşıya getiren, fiyatın ve miktarın belirlendiği piyasa dengesi ele alınacaktır.

Piyasa dengesi, talep edilen miktar ile arz edilen miktarın birbirine eşit olduğu başka bir ifade ile arz ve talep eğrilerinin kesiştiği noktada oluşur. Bu noktaya karşı gelen fiyat düzeyine denge fiyatı, bu noktaya karşı gelen mal miktarına ise denge miktarı denilmektedir. (Şekil - 27)



Şekil 27.

Şekil 27'de görüldüğü üzere talep ve arz eğrilerinin kesiştiği E noktası piyasa dengesini, P_1 denge fiyatını, q_1 ise, denge miktarını göstermektedir.

Piyasa dengesi arz ve talep miktarının birbirine eşit olduğu noktada oluşmaktadır; bunun sonucunda denge fiyatı ve denge miktarı belirlenmektedir. Ancak belirli bir talep artışı karşısında arz miktarının arttırılıp, arttırılmama imkânı zaman sürecine bağlı olarak da belirlenmekte ve bu duruma göre yeni denge fiyatı ile yeni denge miktarı oluşmaktadır.

Buna göre piyasa denge analizinde üç dönem söz konusu olmaktadır (Begg ve diğerleri, 2001).

Çok kısa dönem veya piyasa dönemi: Arz edenlerin arz düzeyini artırmalarının mümkün olamadığı dönemdir ki arz esnekliği sıfır olup, bir dikme halini almaktadır.

Kısa dönem: Bu dönem arz edenlere arz miktarını artırma olanağı veren bir dönemdir. Kullanılan faktörler değişmeyip sabittir (Ülgen, 2014). Ancak eksik kapasite ile çalışılıyorsa tam kapasite süreci sağlanmakta ve arz esnekliğinin katılığı giderilmiş olmaktadır.

Uzun dönem: Arz edenlere yeni tesis kurarak arz düzeylerini artırma imkânı veren bir dönemdir. Arz daha esnek bir durum almaktadır.



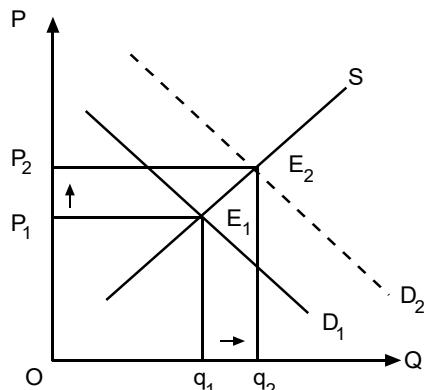
Hatırlatma

Arz Esnekliği konusuna 3. Bölümde yer verilmiştir.

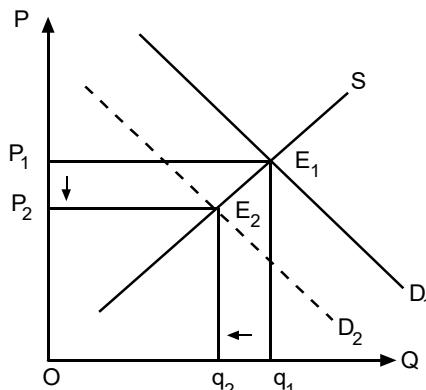
İşte bu dönemlere göre arz ve talepte meydana gelen değişimler ile esneklik derecelerine ilişkin değişimlerin yaratacağı denge durumları ve taşdıkları özellikler aşağıda belirtilmektedir.

4.2. Talep Kaymalarının Yarattığı Denge Durumları

Belirli bir arz eğrisi karşısında talep eğrisinin artış yönünde sağa kayması denge noktasını E_1 'den E_2 'ye taşıır. Bu yeni denge noktasında daha yüksek bir fiyat ve daha fazla mal miktarı söz konusudur. (Şekil - 28a) Yine belirli bir arz eğrisi karşısında talep eğrisinin sola kayması ise durumu tersine çevirmekte, daha düşük bir fiyat ve daha az mal miktarı söz konusu olmaktadır. (Şekil - 28b)



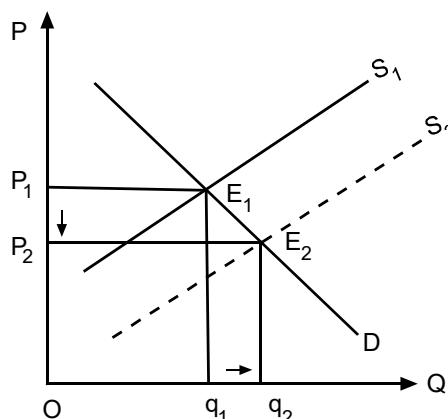
Şekil 28a.



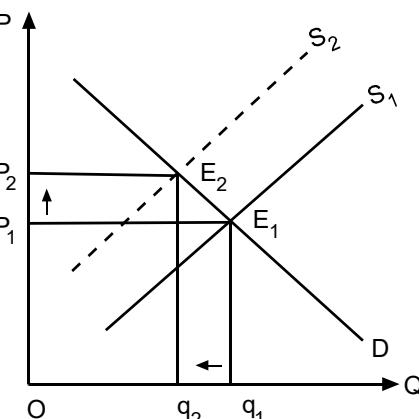
Şekil 28b.

4.3. Arz Kaymalarının Yarattığı Denge Durumları

Belirli bir talep eğrisi karşısında arz eğrisinin artış yönünde sağa doğru kayması denge noktasını E_1 'den E_2 'ye taşımaktadır. Bu yeni denge noktasında daha düşük bir fiyat ve daha fazla mal miktarı söz konusudur. (Şekil - 29a). Yine belirli bir talep eğrisi karşısında arz eğrisinin sola kayması ise, durumu tersine çevirmekte; daha yüksek bir fiyat daha az mal miktarı söz konusu olmaktadır. (Şekil - 29b).



Şekil 29a.



Şekil 29b.

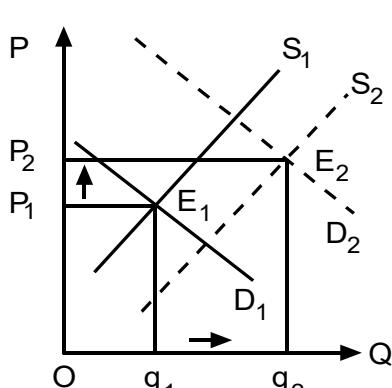
Bir piyasanın arzdaki bir değişmeye nasıl cevap verdiği özetlendiğinde; arzdaki bir artış denge fiyatında düşme, denge miktarında artışı yol açmaktadır. Tersi durumda örneğin kuraklık nedeniyle arzda meydana gelen azalma denge fiyatında bir artışı, denge miktarında bir azalısha yol açmaktadır (Besanko ve Braeurgam, 2002).

Bu açıklamalar doğrultusunda, bazı mal veya hizmetlerin fiyatları değiştiği zaman bunun ya talep ya da arzda bir değişikliği yansıttığı söylenebilir. Ancak arzin mi yoksa talebin mi değiştiği hakkında bir karışıklık yaşandığında miktardaki değişikliğin yönü bu konuda yardımcı bir ipucu olmaktadır (Parasız, 1999). Örneğin; satılan miktar fiyatla aynı yönde değişiyorsa, yani hem fiyat hem de miktar artıyor ise bu durum talep eğrisinin kaydığını gösterir. Eğer satılan miktar fiyatla ters yönde değişiyorsa yani; fiyat artarken miktar azalıyor ise bu durum arz eğrisinin kaydığını göstermektedir.

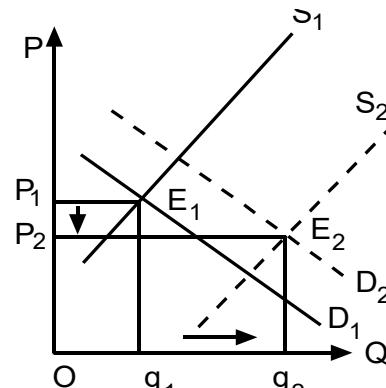
4.4. Talep ve Arzin Birlikte Kaymalarının Yarattığı Denge Durumları

Piyasa dengesi talebin ve arzin birlikte artış veya azalış göstermesi sonucunda da değişmektedir.

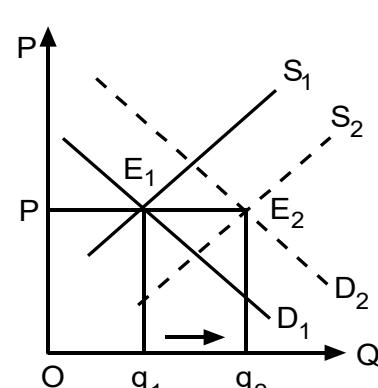
Şekil - 30a'da görüldüğü üzere talebin ve arzin birlikte artmasına karşın talepteki artış arzdaki artıştan büyükse denge noktası E_1 'den E_2 'ye gelmekte, denge fiyatı P_1 'den P_2 'ye denge miktarı da q_1 'den q_2 'ye çıkmaktadır.



Şekil 30a.



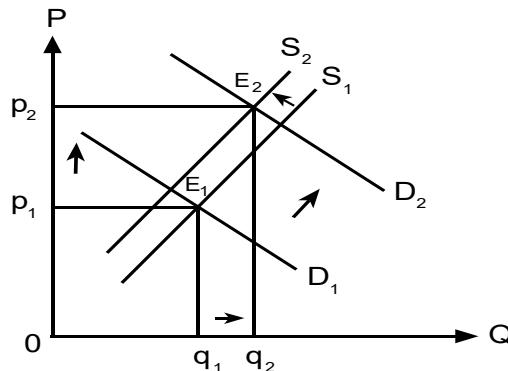
Şekil 30b.



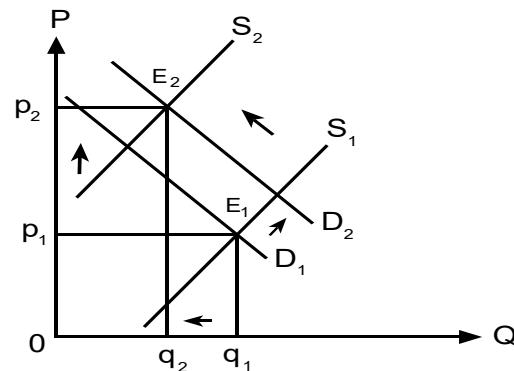
Şekil 30c.

Şekil - 30b'de ise tam tersi bir durum görülmekte ve arzdaki artış talepteki artıştan büyük olmaktadır. Bu durumda denge noktası E_1 'den E_2 'ye gelirken denge fiyatı P_1 'den P_2 'ye düşmekte, denge miktarı da q_1 'den q_2 'ye çıkmaktadır. (Ülgen, 2019).

Şekil - 30c'de talep ve arz artışları aynı miktarda gerçekleşmekte, denge noktası E_1 'den E_2 'ye gelmektedir. Bu durumda denge fiyatı P düzeyinde sabit kalmakta, denge miktarı q_1 'den q_2 'ye çıkmaktadır.



Şekil 31a.



Şekil 31b.

Şekil - 31a'da örneğin tüketici zevklerindeki bir değişmeden dolayı talep eğrisi sağa kayarken, arz eğrisi sola kaymaktadır. Bu etkileşim sonucu piyasanın buna nasıl cevap verdiği baktığımızda; talepteki artış oranı arzdaki azalmadan daha büyük olduğundan hem fiyatın hem de miktarın artış gösterdiği ancak, fiyat artış oranının mikardaki artış oranından çok daha yüksek olduğu görülmektedir.

Şekil - 31b'de yine talep eğrisi artış yönünde sağa, arz eğrisi de azalış yönünde sola kaymaktadır. Burada arzdaki azalma talepteki artıştan daha büyük olmuş ve bu nedenle de denge fiyatını artarkan, denge miktarını azaltmış olmuştur.

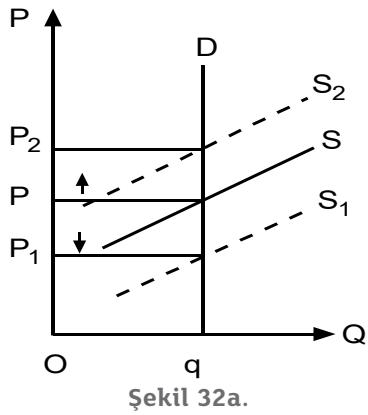
4.5. Esneklik- Kaymalar ve Denge Durumları

4.5.1. Talep Esneklikleri Arz Kaymaları ve Denge Durumları

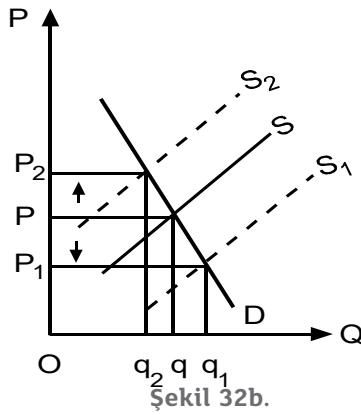
Talep esnekliği o iken ($e_d=0$) arzdaki artış yönünde sağa kayma (S_1) denge fiyatını P_1 'den P_2 'e düşürürken arzdaki azalma yönünde sola kayma (S_2) denge fiyatını P_1 'den P_2 'ye çıkarmaktadır. (Şekil - 32a)

Talep esnekliği birden küçük ($e_d < 1$) ise yani talep esnek değilse arz eğrisinin artış yönünde sağa (S_1) azalış yönünde sola (S_2) doğru kayması fiyatta büyük mikarda küçük oranlarda değişimler göstermektedir. (Şekil - 32b)

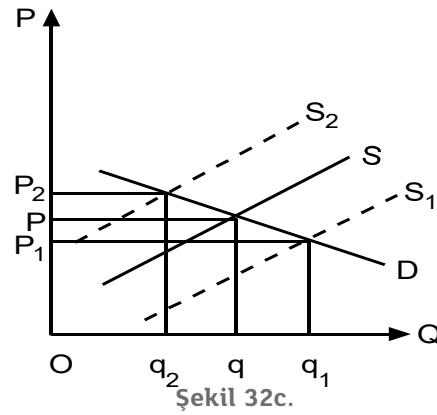
Talep esnekliği birden büyük ($e_d > 1$) ise yani talep esnek ise arz eğrisinin artış yönünde sağa (S_1) azalış yönünde sola doğru (S_2) doğru kayması fiyatta küçük mikarda ise büyük oranlarda değişimler göstermektedir. (Şekil - 32c)



Şekil 32a.



Şekil 32b.



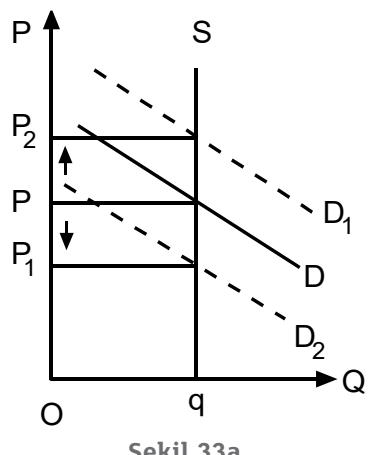
Şekil 32c.

4.5.2. Arz Esneklikleri Talep Kaymaları ve Denge Durumları

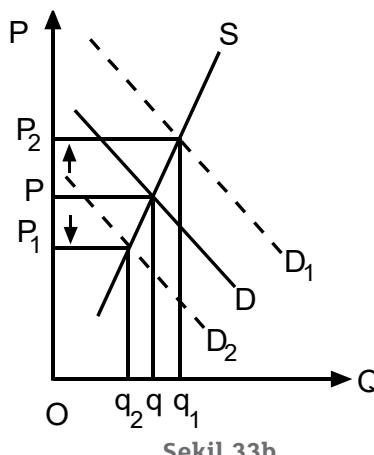
Arz esnekliği sıfır iken ($e_s=0$) talepteki artış yönünde sağa kayma (D_1) denge fiyatını P'den P₂'ye yükselirken, azalış yönünde sola kayma (D_2) denge fiyatını P'den P₁'e düşürmektedir. (Şekil - 33a)

Arz esnekliği birden küçük ($e_s < 1$) ise yani arz esnek değilse talep eğrisinin artış yönünde sağa (D_1), azalış yönünde sola (D_2) kayması fiyatta büyük, miktarda ise küçük oranlarda değişimler göstermektedir. (Şekil - 33b)

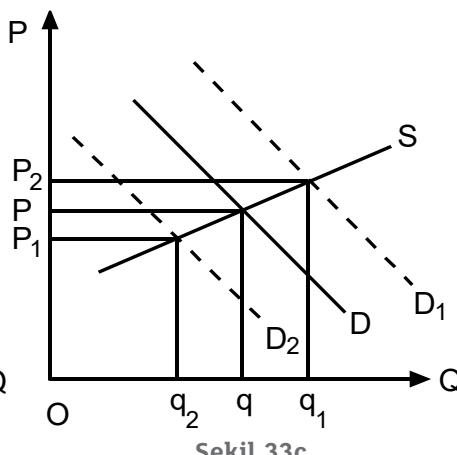
Arz esnekliği birden büyük ($e_s > 1$) ise yani arz esnekse talep eğrisinin artış yönünde sağa (D_1), azalış yönünde sola (D_2) kayması fiyatta küçük, miktarda ise büyük oranlarda değişimler göstermektedir. (Şekil - 33c)



Şekil 33a.



Şekil 33b.



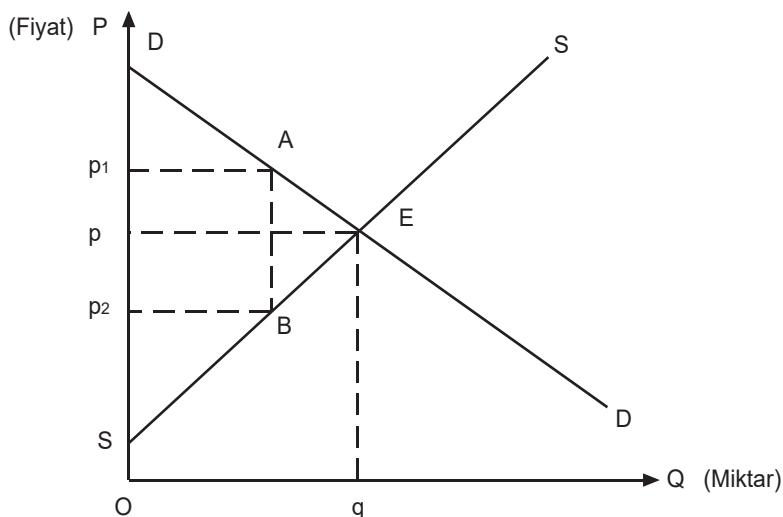
Şekil 33c.

4.6. Talep - Arz - Esneklik Kavramlarına Göre Bazı Uygulamalar

4.6.1. Tüketici ve Üretici Ranti

Piyasada belirlenmiş tek bir denge fiyatında; bir malı daha yüksek fiyattan satın almaya razı tüketici ile yine belirlenmiş fiyattan daha düşük fiyata satma-

yı kabul eden üreticiler piyasa fiyatına göre sубъектив veya psikolojik bir kâr elde etmektedirler (Çicek, 2017). Bu durumda tüketici **rantı** ve üretici rantı söz konusu sudur.



Şekil 34.

Şekil – 34’te tüketici bir malı P denge fiyatının üstünde P_1 fiyatından almaya razı iken, piyasa fiyatının P ’de olması sonucu bir avantaj elde etmektedir. Buna göre; $P_1 - P$ farkı tüketicinin psikolojik kazancını belirtmekte ve toplam kazanç alanı DEP alanı olmaktadır.

Tek fiyat karşısında üreticilerin de bir kazancı söz konusu olmaktadır. Üretici P denge fiyatının altında P_2 fiyatından satış yapmaya razı iken mallarını P ’den satması sonucu $P - P_2$ kadar bir kazanç elde etmekte ve rant alanı SEP alanı olmaktadır.

4.6.2. Karaborsa Fiyatı

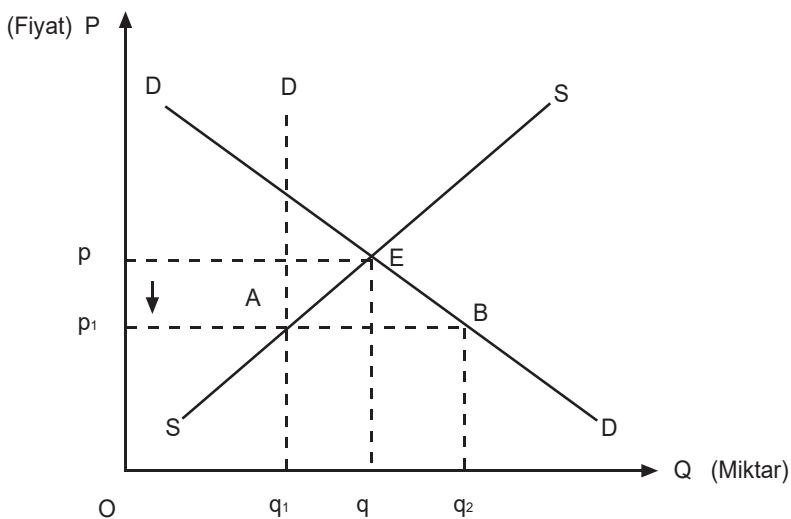
Piyasa koşullarının ya da yapay nedenlerin yarattığı mal darlığından yaranarak, kanun otoritesinin koyduğu ya da kontrol ettiği fiyatlardan daha yüksek fiyata satış yapılan piyasadır (Hall ve Lieberman, 2010).

Genellikle fiyat yükselişlerinde veya savaş ve buhranlı dönemlerde devletin fiyatlara müdahale etmesi sonucu piyasada belirli fiyattan işlem görülmesi gerekmektedir (Şekil - 35).



Anahtar Kavram

Rant: Bir işe yatırılan paranın veya kiraya verilen bir toprağın, belli bir taşınmazın belirli süre içinde emek verilmeden sağladığı getiridir.



Şekil 35.

Şekilde arz ve talebi eşitleyen denge fiyatı OP'dır. Kamu otoriteleri P fiyatını yüksek bulmakta; üreticileri P_1 fiyatından mal arz etmeye zorunlu tutmaktadır. Bu durumda arz azalarak q_1 miktarında olmakta; talep miktarı ise artarak q_2 'ye çıkmaktadır. Yani AB kadar bir talep fazlası bulunmaktadır. Talebin arzdan fazla olması, stokların daha fazla mal arzına uygun olması ve nihayet P_1 fiyatında talep esnekliğinin sıfır (D) inmesi nedeniyle satıcılarından bir kısmı bu durumdan yaranan istemektedir. Böylece sattıkları mala karşı yoğun taleple karşılaşan satıcılar, malı ortadan kaldırılmakta ve gizli olarak yasaya belirlenen fiyatın üstünde satış yapmaktadır. Bu durum **karaborsa** olayını oluşturmaktadır. Karaborsada mal satmak riskli ve külfetlidir. Karaborsacı stoklarını gizlemek ve benzeri nedenlerle bazı masrafları göze almak zorundadır. (Ülgen, 2019).



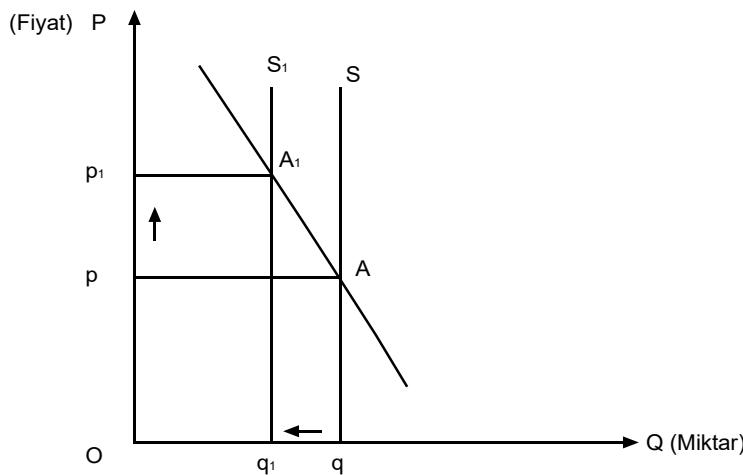
Anahtar Kavram

Karaborsa: Piyasada olmayan bir malın gizlice yüksek fiyatla alınıp satıldığı gizli pazardır.

4.6.3. King Kanunu

Talep esnekliği zayıf tarımsal malların arzındaki değişimlerin, bu malların fiyatlarını ters yönde etkilediğini açıklayan yaklaşımdır (Hall ve Lieberman, 2012). Tarımsal malların üretimi, sadece üreticilerin iradelerine bağlı değildir.

Hava şartları tarım üretiminde önemli rol oynamaktadır. King Kanununun öncüsü olan Gregory King buğday arzındaki bir azalmanın buğday fiyatlarını ve üreticilerin gelirini artttığını; arzdaki bir artış ise fiyatları düşürerek üreticilerin gelirini azalttuğu görüşünü ileri sürmüştür. (Şekil - 36)



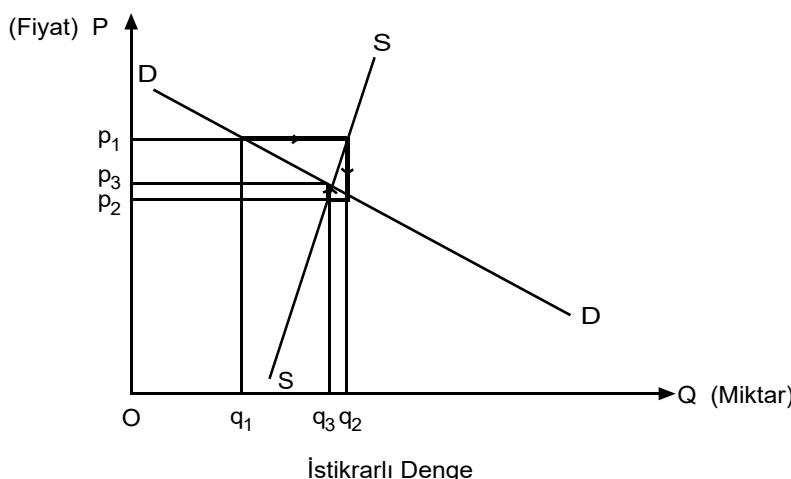
Şekil 36.

Şekilde de görüldüğü üzere arz miktarının q ’dan q_1 ’e düşmesi fiyatların P ’den P_1 ’e çıkışmasını sağlarken üreticilerin toplam gelirini artıran bir sonuç doğurmaktadır.

4.6.4. Örümcek Ağı (Cobweb Teoremi)

Arz miktarını önceki üretim dönemlerindeki fiyatların belirlediği mal piyasasında görülen dalgalandırmaları açıklayan teoridir (Krugman ve Robin, 2009). Bu tür dalgalandırmalara üretim kararının alınmasıyla; ürünün elde edilmesi arasındaki zaman farkının büyük olduğu tarımsal mal piyasalarında rastlanılmaktadır. Bu geçen zaman süreci içinde talepte de değişimeler meydana gelebilmektedir. Böylece, bir dönemden diğerine ürün miktarı ile fiyatlar arasında büyük dalgalandırmalar olmaktadır. Örümcek ağı teoremi üç şekilde açıklanmaktadır.

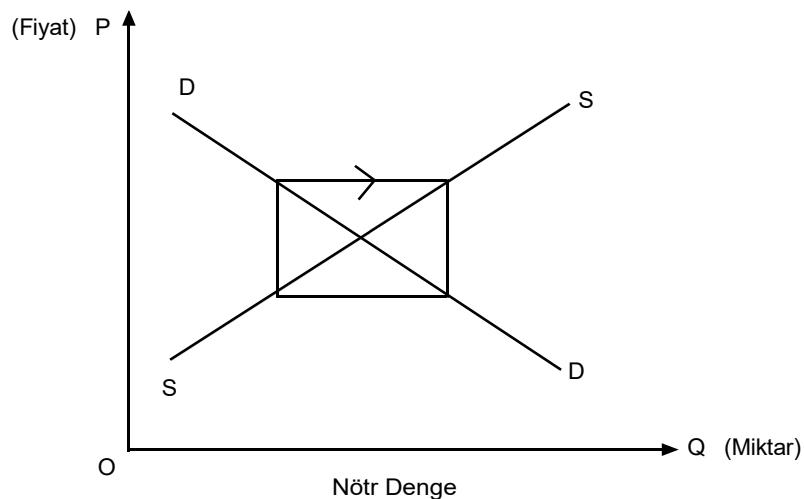
1- Arz talebe oranla esnek değilse; fiyat ve miktarlardaki dalgalandırmalar gitikçe azalmakta ve denge noktasına doğru yaklaşarak istikrarlı bir denge durumu oluşturmaktadır. (Şekil - 37)



Şekil 37.

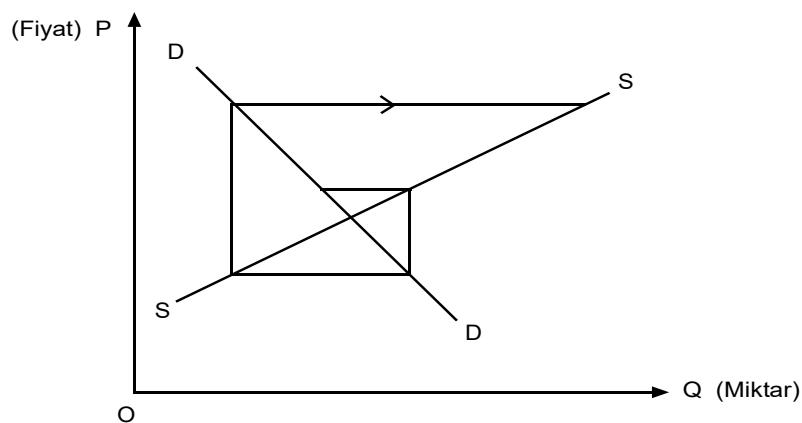
İlk üretim miktarı q_1 , fiyat ise P_1 olmaktadır. Üreticiler ikinci dönemde bu fiyata göre üretimlerini q_2 'ye çıkardıklarında fiyat P_2 'ye düşmektedir. Fiyat düşmesi nedeniyle arz miktarı azaltılarak q_3 'e indirilmekte buna karşın fiyat P_3 'e çıkmaktadır. Böylece fiyat ve miktarlar azalan bir şekilde dalgalandırmakta ve sonuca arz ve talep doğrularının kesiştiği noktada dengeye varılmaktadır.

2- Arz ve talep esneklikleri eşitse; fiyat ve miktarlar aynı yerden geçmek suretiyle düzenli değişterek başlangıç noktasına gelmektedir. Yani dalgalandırmalar sabit niteliktedir ve nötr denge durumu ortaya çıkmaktadır. (Şekil - 38)



Şekil 38.

3- Arz talebe oranla daha esnek ise; fiyat ve miktar dalgalandırmaları giderek artmakta ve dengeden uzaklaşarak istikrarsız denge durumu oluşmaktadır. (Şekil - 39)



İstikrarsız Denge

Şekil 39.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * **Piyasa dengesi**, talep edilen miktar ile arz edilen miktarın birbirine eşit olduğu başka bir ifade ile arz ve talep eğrilerinin kesiştiği noktada oluşur. Bu noktaya karşı gelen fiyat düzeyine **denge fiyatı**, bu noktaya karşı gelen mal miktarına ise **denge miktarı** denilmektedir. Piyasa denge analizinde üç dönem söz konusu olmaktadır.
 - * Çok kısa dönem veya piyasa dönemi: Arz edenlerin arz düzeyini arttırmalarının mümkün olamadığı dönemdir
- * **Kısa dönem**: Bu dönem arz edenlere arz miktarnı artırma olanağı veren bir dönemdir.
 - * **Uzun dönem**: Arz edenlere yeni tesis kurarak arz düzeylerini artırma imkânı veren bir dönemdir.
- * Belirli bir arz eğrisi karşısında **talep eğrisinin artış yönünde sağa kayması** sonucu yeni denge noktasında daha yüksek bir fiyat ve daha fazla mal miktarı söz konusudur. Yine belirli bir arz eğrisi karşısında **talep eğrisinin sola kayması** ise durumu tersine çevirmekte, daha düşük bir fiyat ve daha az mal miktarı söz konusu olmaktadır.
 - * Belirli bir talep eğrisi karşısında arz eğrisinin artış yönünde **sağa doğru kayması** sonucu yeni denge noktasında daha düşük bir fiyat ve daha fazla mal miktarı söz konusudur. Yine belirli bir talep eğrisi karşısında **arz eğrisinin sola kayması** ise, durumu tersine çevirmekte; daha yüksek bir fiyat daha az mal miktarı söz konusu olmaktadır.
- * Piyasada belirlenmiş tek bir denge fiyatında; bir malı daha yüksek fiyattan satın almaya razı tüketici ile yine belirlenmiş fiyattan daha düşük fiyata satmayı kabul eden üreticiler piyasa fiyatına göre sубjektif veya psikolojik bir kâr elde etmekteyler. Bu durumda **tüketici** ve üretici için bir **rant** söz konusudur.
 - * **Karaborsa**, piyasa koşullarının ya da yapay nedenlerin yarattığı mal darlığından yararlanarak, kanun otoritesinin koyduğu ya da kontrol ettiği fiyatlardan daha yüksek fiyata satış yapılan piyasadır.
- * **King Kanunu**, talep esnekliği zayıf tarımsal malların arzındaki değişimlerin, bu malların fiyatlarını ters yönde etkilediğini açıklayan yaklaşımındır.

- * Örümcek Ağı (**Cobweb Teoremi**); arz miktarını önceki üretim dönemlerindeki fiyatların belirlediği mal piyasasında görülen dalgalanmaları açıklayan teoridir.

Kaynakça

Begg, D., Stanley, F. ve Rüdiger, D. (2001). *Mikro İktisat* (V. Serin, Çev.). İstanbul: Alkım Yayınları.

Besanko, D. ve Braeutigam, R. R. (2002). *Microeconomics: An Integrated Approach*. New York: John Wiley.

Çiçek, S. (2017). *Mikro İktisat*. Ankara: Efil Yayınevi.

Hall R., E. ve Lieberman, M. (2010). *Microeconomics Principles and Applications*. New York: South-Western Cengage Learning.

Hall, R. E. ve Lieberman, M. (2012). *Microeconomics Principles and Applications*. Boston: Cengage Learning.

Krugman, P. ve Robin W. (2009). *Microeconomics*. New York: Worth Publishers.

Parasız, İ. (1999). *Mikroekonomi Orta Düzey Yaklaşım*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Ülgen, G. (2014). *Mikro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş*. 7. Baskı. İstanbul: Türkmen Kitabevi

Bölüm Soruları

- 1. Talep eğrisinin esnek olması durumunda arzdaki artış ve azalışlarda aşağıdakilerden hangi durum ortaya çıkmaktadır?**
 - A) Arz sağa kayınca fiyat düşmektedir, sola kayınca fiyat yükselmekte
 - B) Fiyat düşmektedir denge miktarı artmaktadır
 - C) Fiyatta küçük miktarda büyük oranlarda değişim olur
 - D) Fiyat yükselmekte denge miktarı azalmaktadır
 - E) Arz sola kayınca fiyat düşmektedir, sağa kayınca fiyat yükselmekte
- 2. Talep eğrisi sola arz eğrisi sağa kayarsa denge fiyatındaki ve miktarındaki değişme hangi yönendir?**
 - A) Denge fiyatı düşer denge miktarı artar
 - B) Denge fiyatı artar denge miktarı düşer
 - C) Denge fiyatı ve denge miktarı artar
 - D) Denge fiyatı ve denge miktarı azalır
 - E) Denge fiyatı düşer denge miktarı değişmez
- 3. Talep sabitken arzı azalan bir mal için aşağıdakilerden hangisi meydana gelir?**
 - A) Denge miktarı artar, denge fiyatı sabit kalır
 - B) Hem denge fiyatı hem de denge miktarı azalır
 - C) Hem denge fiyatı hem de denge miktarı artar
 - D) Denge fiyatı artar, denge miktarı azalır
 - E) Denge fiyatı azalır, denge miktarı sabit kalır
- 4. Aşağıdakilerden hangisi bir malın piyasa talep ve arz eğrilerinin kesişmesi durumunu ifade etmektedir?**
 - A) Denge fiyatını
 - B) Denge miktarını
 - C) Hem talep fazlasını hem de arz fazlasının olmadığı bir noktayı
 - D) Yukarıdakilerin hepsini
 - E) Hiçbiri
- 5. Aşağıdakilerden hangisi arz esnekliği ve dönem uzunluğu ile ilgili olarak doğru ifade değildir?**
 - A) Piyasa döneminde arz esnekliği birden büyütür
 - B) Kısa dönemde arz esnekliği birden küçüktür
 - C) Uzun dönemde arz esnekliği birden büyütür
 - D) Dönem uzunluğu arttıkça arz esnekliği büyür
 - E) Çok kısa dönemde arz esnekliği sıfırdır
- 6. Aşağıdakilerden hangisi talep eğrisinin esnek olması durumunda arzdaki artış ve azalışların oluştuğu durumu ifade etmektedir?**
 - A) Arz sağa kayınca fiyat düşmektedir, sola kayınca fiyat yükselmekte
 - B) Fiyat düşmektedir denge miktarı artmaktadır
 - C) Fiyatta küçük miktarda büyük oranlarda değişim olur
 - D) Fiyat yükselmekte denge miktarı azalmaktadır
 - E) Arz sola kayınca fiyat düşmektedir, sağa kayınca fiyat yükselmekte
- 7. Aşağıdaki ifadelerden hangisi denge fiyatına ilişkin doğru ifade değildir?**
 - A) Arz ve talep miktarının eşitlendiği fiyattır
 - B) Arz fazlalığı yoktur
 - C) Talep fazlalığı yoktur
 - D) Piyasada mal darlığı vardır
 - E) Denge fiyatından mal satın almak isteyen herkes mal alabilir
- 8. Bir firmannın üretimde hiçbir şeyi değiştiremediği döneme ne ad verilir?**
 - A) Piyasa dönemi
 - B) Kısa dönem
 - C) Orta dönem
 - D) Uzun dönem
 - E) Teknolojik dönem

9. Aşağıdakilerden hangisi tüketici rantı kavramını ifade etmektedir?

- A) Tüketicinin fiili olarak ödediği miktar ile ödemeye razı olduğu miktar arasındaki fark
- B) Tüketicinin ödemeye razı olduğu miktarla fiili olarak ödediği miktar arasındaki fark
- C) Tüketicinin fiili olarak ödediği ve ödemeye razı olduğu miktarların toplamı
- D) Tüketicinin ödemeye razı olduğu miktarın fiili olarak ödediği miktara bölümü
- E) Tüketicinin fiili olarak ödediği miktar

10. Aşağıdakilerden hangisi Örümcek ağı teoremine göre piyasa dengesinin bozulması durumunda arz talep dengesinin kendiliğinden oluşması durumu göstermektedir?

- A) Talep ve arz eğrilerinin aynı eğime sahip olması durumunda
- B) Arz eğrisinin talep eğrisinden daha yatık olması durumunda
- C) Talep eğrisinin esnekliğinin sıfır olması durumunda
- D) Talep eğrisinin arz eğrisinden daha yatık olması durumunda
- E) Arz esnekliğinin 1 olması durumunda

Cevap Anahtarı

1. C	2. E	3. E	4. D	5. A
6. C	7. D	8. A	9. B	10. D



5. TALEP TAHLİLLERİ

"İktisat, insan ihtiyaçlarının tatmini yönünden yapılan düzenli bir çalışma ve faaliyetlerdir."

Knut Wicksell



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Malların faydalı olması ile ihtiyacın tatmin edilmesi hakkında bilgi sahibi olabilir.
- Tatmin duygusu arttıkça faydanın azalacağını öğrenebilir.
- Sınırlı geliri ile maksimum faydayı sağlayacağı hangi mal bileşimlerini oluşturacağını öğrenebilir.

Başlamadan Önce

Bu bölümde talep tahlilleri başlığı altında mal ve hizmetlerin tüketicilerin ihtiyaçlarını tatmin etme özelliğini ifade eden fayda kavramı ele alınacaktır. İktisatçılar tarafından fayda kavramı iki şekilde ele alınmaktadır. Birinci yaklaşım faydann ölçülebileceğini, sayısal olarak kantitatif değerler ile ifade eden kardinal fayda yaklaşımı olup; toplam fayda, marjinal fayda, azalan marjinal fayda kavramları ile açıklanmaktadır. İkinci yaklaşım ise faydanın ölçülemeyeceğini subjektif bir kavram olduğunu, daha az veya daha çok faydalı diye sıralanabileceğini ifade eden ordinal fayda yaklaşımı olup; kayıtsızlık eğrileri, bütçe doğrusu ve tüketici dengesi kavramları ile açıklanmaktadır. Son olarak tüketici bütçesindeki değişimlerin etkileri, gelir-tüketim eğrisi kavramı olarak ele alınacak konu başlıkları arasında yer almaktadır.

Birlikte Düşünelim

1. Fayda kavramı neyi ifade etmektedir?
2. Ordinal ve Kardinal fayda kavramları arasındaki farklar nelerdir?
3. Rasyonel davranışlı bir tüketici mal tercihlerinden elde edeceği en yüksek fayda düzeyini hangi koşulda sağlamaktadır?

5.1. Kardinal Fayda Yaklaşımı

5.1.1. Fayda, Toplam Fayda

Mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını tatmin etme özelliğine **fayda** denilmektedir. Fayda tüketicilerin tatmini ile ilgili bir kavramdır (Bocutoğlu ve diğerleri, 1998). Rasyonel davranışın bir tüketici kendine daha fazla fayda sağlayan mal ve hizmetleri diğerlerine tercih etmektedir. Tüketici bu tercihleri yaparken; geliri doğrultusunda mal ve hizmetlerin kendine sağladığı faydaya göre hangi maldan ne kadar alacağına karar vermektedir. Mal ve hizmetlerin faydası ancak insan ihtiyaçlarını karşıladığı zaman söz konusu olmaktadır.



Okuma Önerisi

Davranişsal İktisadın Neoklasik İktisat Fayda Teorilerine Eleştirişi ve Davranişsal İktisatta Fayda-Mutluluk İlişkisi konulu makaleyi çevrim içi olarak aşağıdaki bağlantıdan okuyabilirsiniz.

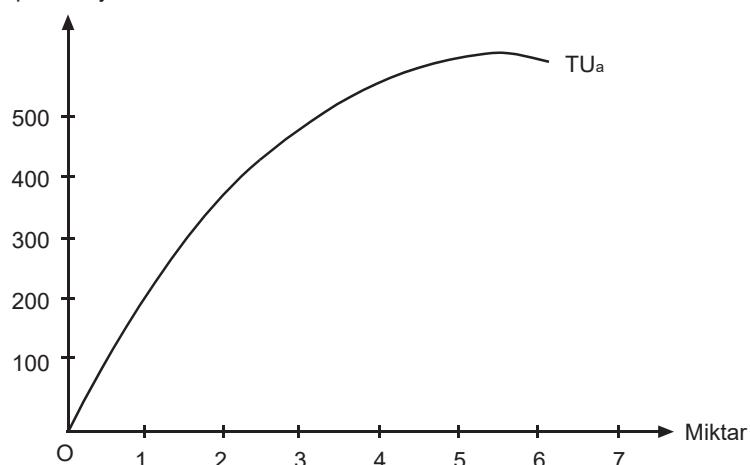


Anahtar Kavram

Doyum Noktası: Bir ülke, bölge ya da piyasanın bir mal veya hizmete yönelik istememin tamamen karşılanmış olduğu noktadır. Bu nokta mal ya da hizmet tüketiminin nüfusa oranı biçiminde tanımlanmaktadır.

Bir başka ifade ile bir malın tüketilen birimlerinin faydaları toplamıdır.

Toplam Fayda



Şekil 40.

5.1.2. Marjinal Fayda - Azalan Marjinal Fayda

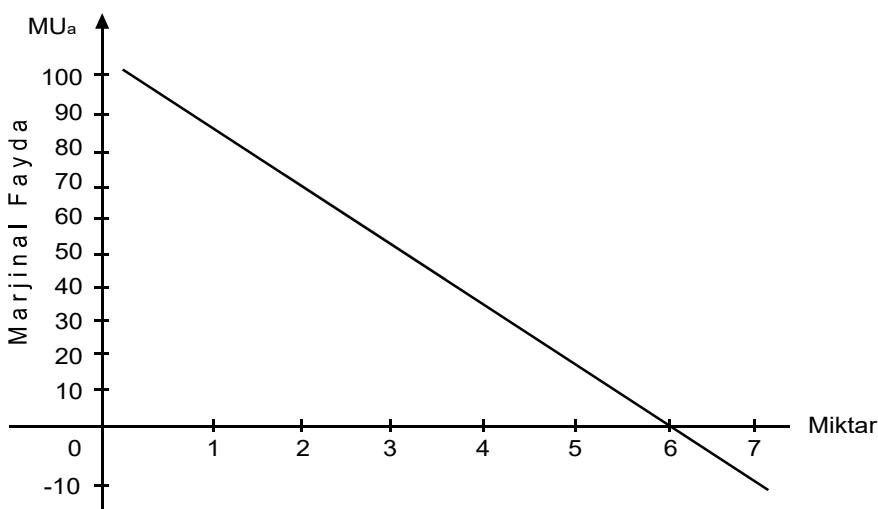
Marjinal fayda ise; belirli bir malın tüketici tarafından kullanılan ek biriminin o malın toplam faydasında yaptığı değişikliktir.

Marjinal fayda toplam faydadaki değişmenin tüketilen miktardaki değişmeye oranıdır. a malından Q kadar yapılan bir artışı ΔQ_a ; ve toplam faydadaki değişmeyi de $\Delta T U_a$ olarak gösterirsek; bu malın marjinal faydası

$$\frac{\text{Toplam Faydadaki Değişme}}{\text{Marjinal Fayda :} \quad \text{Tüketilen Miktardaki Değişme}}$$

$$MU_a : \frac{\Delta T U_a}{\Delta Q_a}$$

Tüketicinin bir malı sürekli kullanması sonucu o malın toplam tüketimi artarken faydası gittikçe azalmaktadır. Çünkü bir malın sürekli olarak kullanılması sonucu o mala duyulan arzu da gittikçe azalmaktadır. Dolayısıyla ikinci birimin faydası, birinci birimin faydasından daha az olmaktadır. (Şekil - 41)



Şekil 41.

Örneğin; bir insanın yediği böreğin birinci diliminden aldığı fayda ile altıncı diliminden aldığı fayda aynı olmayacak altıncı dilimin faydası yeme arzusu tatmin edildiğinden dolayı daha az olacaktır. (Ülgen, 2019).

Mal miktarları ile toplam fayda ve marjinal fayda arasındaki karşılıklı ilişkileri tablo şeklinde göstermek mümkündür.

Tablo 3.

Mal Miktarı	Toplam Fayda TU	Marjinal Fayda $MU_a = \frac{\Delta TU_a}{\Delta Q_a}$
0	0	0
1	100	100
2	180	80
3	240	60
4	280	40
5	300	20
6	300	0
7	290	-10

Tablo 3'de görüldüğü üzere kullanılan mal miktarı arttıkça toplam fayda da artmakta ve bu durum tam doyum noktasına kadar devam etmektedir. Buna karşın kullanılan mal miktarları arttıkça marjinal fayda azalmaktadır.

Gördüğü üzere kullanılan mal miktarı arttıkça toplam fayda da artmakta ve bu durum tam doyum noktasına kadar devam etmektedir. Buna karşın kullanılan mal miktarları arttıkça marjinal fayda azalmaktadır.

Bir kişinin belirli bir maldan sürekli olarak tüketmesi veya kullanmaya devam etmesi sonucu; her ilave birim malın o kişiye sağladığı fayda bir önceki birime göre gittikçe azalmaktadır. Çünkü kişi ihtiyacını tatmin ettikçe tam doyum noktasına ulaşacak ve bu noktadan sonra ise ilave birim mal artık fayda sağlamayacaktır. Böylelikle marjinal faydanın gittikçe azalan bir durum göstermesine iktisat biliminde **azalan marjinal fayda kanunu** denilmektedir.

5.2. Ordinal Fayda Yaklaşımı

Yukarıda her malın tüketiciye sağladığı faydanın ölçülebilir olduğunu savunan görüşler toplam fayda ve marjinal fayda yaklaşımı doğrultusunda incelenmiştir. Bu konudaki ikinci yöntem, faydanın ölçülemeyeceğini savunan ekonomistlerin görüşü olan ordinal yaklaşımındır. Bu görüş; malların faydalarının mutlak anlamda ölçülmesi yerine kişilerin kendi açısından faydalı olma derecesine göre “sıralanmasını” ifade etmektedir. Bu nedenle sırasal fayda olarak da adlandırılmaktadır. (Ülgen, 2014). Faydanın ölçülemeyeceği, ancak malların fayda yönünden birbirleri ile karşılaştırılarak tercih sırasının belirlenebileceği görüşünden hareketle oluşturulan ordinal fayda kavramı **kayıtsızlık** hipotezine dayanmaktadır.

Buna göre tüketici birbirleri ile ikame edilebilen A ve B malları arasında kayıtsızdır, sadece karşılaştırma yaparak tercih belirlemektedir. Çünkü bu iki malın tüketiciye sağladığı fayda aynıdır. Ordinal fayda yaklaşımında tüketiciinin rasyonel davranışının varsayılmaktadır (Hall ve Lieberman, 2010). Rasyonel davranışın tüketiciinin tercihlerinde tutarlı olması gerekmektedir. Dolayısıyla eğer tüketici;



Anahtar Kavram

Kayıtsızlık: Tüketicinin iki veya daha fazla malın faydaları arasında bir fark göremeyerek ayrıntı yapamaması, başka bir deyişle birini diğerine yeğleyememesidir.

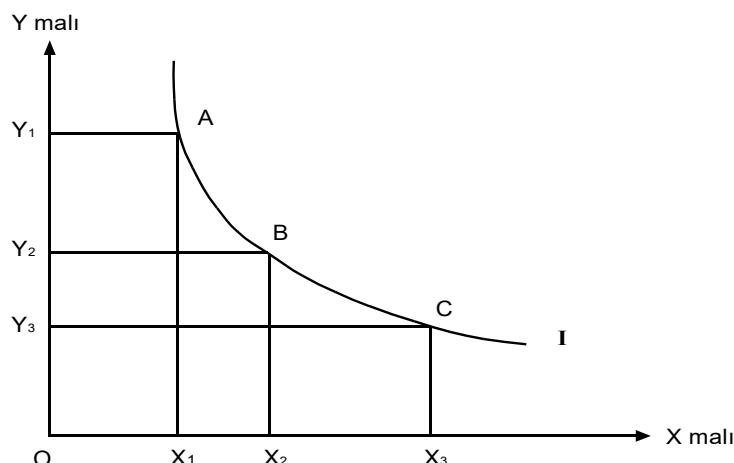
geliri, malın fiyatı ve zevkleri doğrultusunda A malını B malına tercih ediyorsa tüketici için A, B'den daha faydalı demektir.

Faydanın ölçülmesi yerine sıralanmasını ifade eden ordinal yaklaşım ise kayıtsızlık eğrileri, bütçe doğrusu ve tüketici dengesi analizi ile açıklanmaktadır.

5.2.1. Kayıtsızlık Eğrileri

Tüketicinin sınırsız ihtiyaçları karşısında geliri sınırlıdır. İşte bu sınırlı geliri ile ihtiyaçları arasındaki dengeyi kurmak ve tatminini maksimuma çıkarmak amacıyla çeşitli alım bileşimleri yapacaktır.

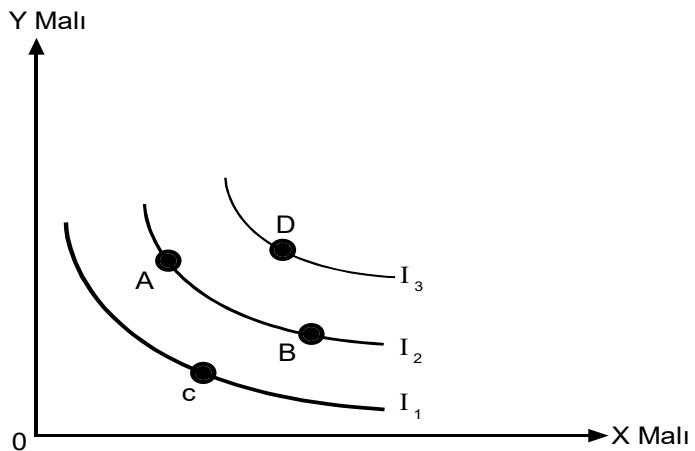
Tüketicinin ihtiyaçlarını iki mal ile sınırladırsak; X ve Y mallarından aynı fayda veya tatmini sağlayan sonsuz bileşim elde edilecektir. X (tavuk eti) malını yatay Y (dana eti) malını da dikey eksende gösterdiğimizde bunların alternatif bileşimleri birleştirildiğinde kayıtsızlık eğrisi elde edilmektedir (Hall ve Lieberman, 2012). (Şekil - 42)



Şekil 42.

Kayıtsızlık eğrileri birbiri ile ikame edebilen farklı mal bileşimlerinin tüketiciye aynı toplam faydayı sağladığını gösteren eğrilerdir (Ünsal, 2020).

Eğri üzerindeki her nokta (A, B, C) X ve Y malının farklı bileşimlerini ifade etmekle beraber; tüketicinin sağladığı fayda aynı olmaktadır. Bu nedenle aralarında herhangi bir tercih yapmayı; kayıtsız kalmaktadır. Kayıtsızlık eğrilerinin sayısını istenildiği kadar artırmak mümkündür. Her bir kayıtsızlık eğrisi farklı bir toplam fayda düzeyine karşılık gelmek üzere; bir tüketicinin bütün fayda fonksyonunu yansıtan kayıtsızlık eğrilerinin tümüne kayıtsızlık paftası denilmektedir. (Şekil - 43)



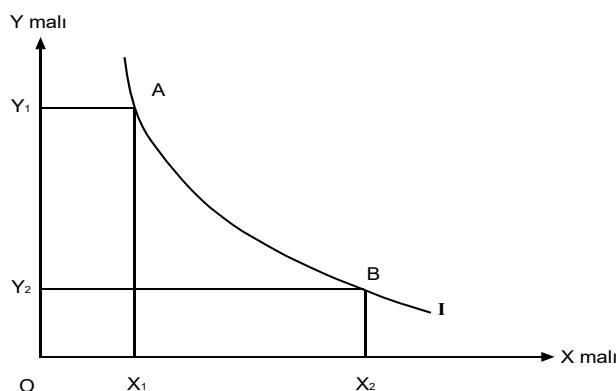
Şekil 43.

Şekilde kayıtsızlık paftası olarak üç kayıtsızlık eğrisi (I_1 , I_2 , I_3) gösterilmekte, tüketicinin A, B, C, D gibi birkaç tüketim tercihi yer almaktadır. Buna göre tüketici A ve B noktalarını C'ye tercih edeceklerdir. Çünkü A ve B'de C'ye oranla daha fazla toplam faydaya sahiptir. Ancak A ve B'de elde edeceği toplam fayda birbirine eşit olduğundan kayıtsız kalacaktır. Burada ifade edilmesi gereken bu eşitliğin çok kişisel olmasının yanında, tüketicinin tercih sırasına veya zevklerine bağlı olması hususudur. D noktası I_3 kayıtsızlık eğrisi üzerinde olup, A ve B'ye göre daha fazla toplam fayda sağladığından tüketici D'yi A ve B'ye tercih edeceklerdir. (Ülgen, 2019).

Aynı eğri üzerinde her nokta daima aynı toplam faydayı temsil etmektedir. Ancak eğri bütünüyle yukarı kaymışsa bu daha fazla faydayı sağlamaktadır. Böylece bir kayıtsızlık eğrisi sağlanan faydanın mutlak miktarı hakkında kesinlikle bir söylemez. Sadece aynı eğri üzerinde çeşitli bileşimlerin aynı faydayı verdienenini belirtmektedir.

Kayıtsızlık eğrileri bazı özellikler taşımaktadır.

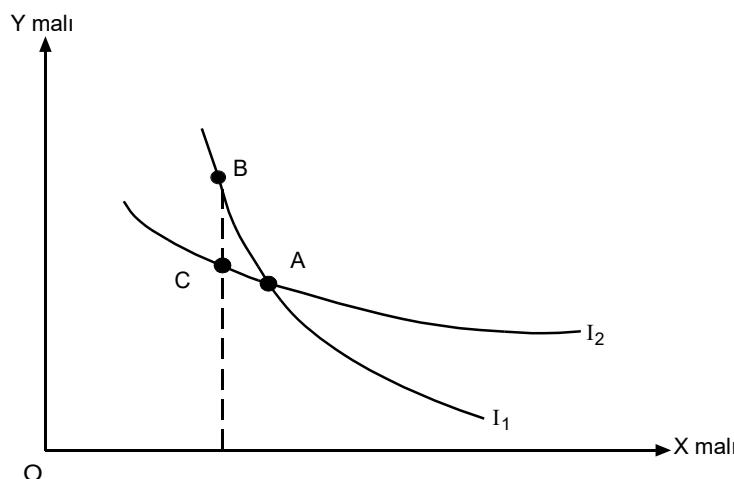
1- Kayıtsızlık eğrileri negatif eğimlidir. Çünkü tüketici aynı tatmin düzeyini koruyabilmek için Y malından aldığı miktarı azalttığında X malından aldığı miktarı artırmak zorundadır. (Şekil - 44)



Şekil 44.

Şekil - 44'te görüldüğü gibi tüketici A bileşiminden B bileşimine geçerek aynı tatmin düzeyinde kalması; Y malını Y_1 'den Y_2 'ye düşürmesi, buna karşın X malını X_1 'den X_2 'ye çıkarması sonucunda mümkün olmaktadır.

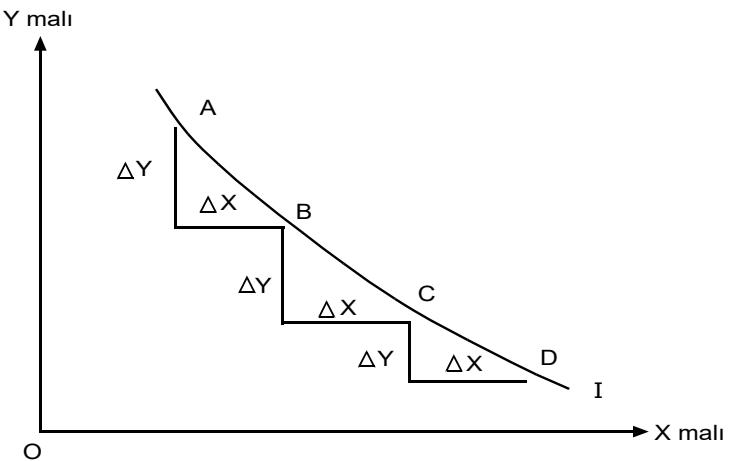
2- Kayıtsızlık eğrileri birbirlerini kesinlikle kesmezler. Kayıtsızlık eğrileri birbirine paralel eğrilerdir. Eğer birbirlerini keserlerse toplam tatmin bakımından eşit olamazlar. (Şekil - 45)



Şekil 45.

I_1 kayıtsızlık eğrisi üzerindeki A ve B noktaları toplam fayda bakımından eşittir. Aynı şekilde I_2 kayıtsızlık eğrisi üzerindeki A ve C noktaları da birbirine eşittir. Ancak B ve C noktaları birbirine eşit değildir. C'de B'ye oranla daha fazla Y mali vardır ve bu nedenle B ve C'nin mal bileşimleri aynı değildir. C noktası B'ye göre daha fazla faydayı veya tatmini ifade etmektedir. O halde kayıtsızlık eğrileri birbirlerini kesmezler.

3- Kayıtsızlık eğrileri orijine göre dış bükeydir. Talep eğrileri gibi sol yukarıdan sağ aşağıya doğru negatif eğimli olan kayıtsızlık eğrisinin dış bükey olmasının nedeni marjinal ikame oranıdır (Sloman, 2013). Tüketicinin aynı tatmin veya fayda düzeyini korumak için mallardan birini bir birim artırırken; diğer maldan vazgeçmesi gereken miktarı gösteren orana **marjinal ikame oranı** denilmektedir. (Şekil - 46)



Şekil 46.

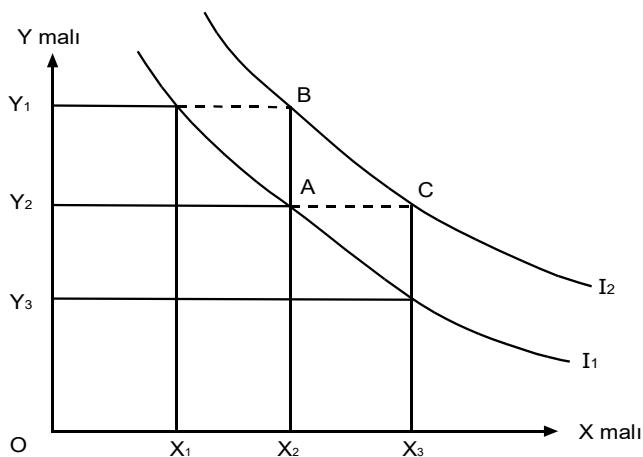
I kayıtsızlık eğrisi üzerinde A'dan D'ye doğru inildikçe Y malı ΔY kadar azalıp X malı ΔX kadar artmaktadır; Y malının azalan faydası X malının artan faydası ile giderilmektedir. Böylece;

$$MIO : - \frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

olarak ifade edilmektedir.

X malının Y malına göre ikame oranını vermektedir ve negatif eğimden dolayı işaret (-) negatif olmaktadır.

4- Kayıtsızlık eğrileri orijinden uzaklaştıkça daha fazla fayda sağlamaaktadır. Eğri üzerindeki her nokta daima aynı toplam tatmini vermektedir; ancak eğrinin sağa doğru kayması durumunda bu daha büyük tatmini belirtmektedir. (Şekil - 47)



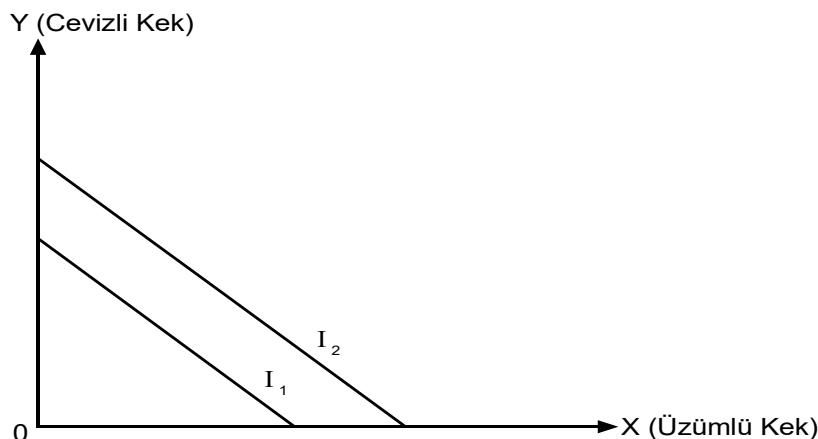
Şekil 47.

I_2 kayıtsızlık eğrisindeki B noktasında $Y_1 X_2$, I_1 kayıtsızlık eğrisi üzerindeki A noktasında ise $Y_2 X_2$ kadar mal bileşimi kullanılmıştır. Yine I_2 'deki C noktasında $Y_2 X_3$ 'lük mal bileşimine karşılık; A noktasında $Y_2 X_2$ kadar mal bileşimi kullanılmaktadır. Dolayısıyla I_2 kayıtsızlık eğrisi üzerindeki B ve C noktalarındaki mal bileşimlerinden sağlanan fayda, I_1 'deki A noktasının mal bileşiminde sağlanan faydanın fazla olmaktadır. Dolayısıyla eğrinin sağa doğru kayması daha fazla fayda veya tatmin düzeylerini ifade etmektedir.

5.2.2. Kayıtsızlık Eğrilerinin Kullanımı: İkame ve Tamamlayıcı Mallar

Kayıtsızlık eğrileri X ve Y mallarının birbirleri ile tam ikame veya tam tamamlayıcı olma durumuna göre bilinen klasik biçimlerini değiştirmektedir.

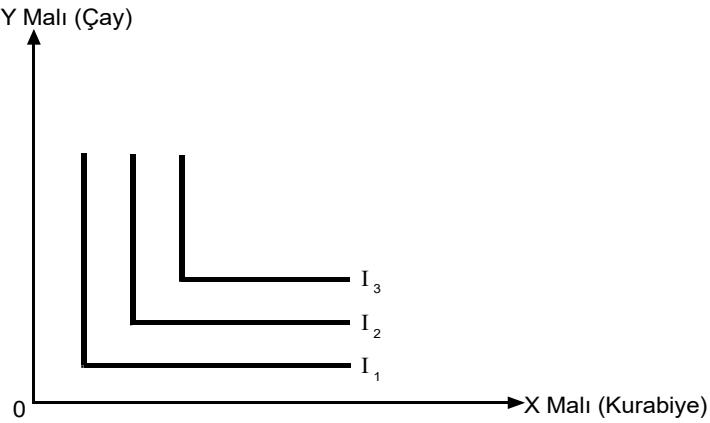
Tam İkame Durumu: Kayıtsızlık eğrileri düz bir çizgi şeklinde ise, tüketici her bir maldan ne kadar tükettiğine bakmaksızın bir birim malın yerine diğer malдан aynı miktarı ikame etmeyecektir. (Şekil - 48)



Şekil 48.

Örneğin; X üzümlü kek, Y de cevizli kek olsun. Tüketici bir birim daha fazla üzümlü kek için bir birim daha az cevizli kek tüketecektir. Bu da marjinal ikame oranını sabit kılmaktadır. Sabit marjinal ikame oranı, ikamesi olan mallarda geçerlidir. Örneğin, kömür ve doğalgaz gibi. (Ülgen, 2014). Kayıtsızlık eğrileri düz çizgi oldukları zaman malların tam ikame oldukları söylenebilir.

Tam Tamamlayıcı Durumu: Tüketici iki malı aynı oranda tüketmek istediginde mallar tam tamamlayıcıdır. X ve Y malları birbirlerini tam olarak tamamlayorsa kayıtsızlık eğrileri köşeli dik açı şeklärini almakta, marjinal ikame oranı tanımsız olmaktadır (Ülgen, 2014). Çünkü bireyin tercihleri mallar arasında herhangi bir ikameye izin vermemeğtedir. (Şekil - 49)



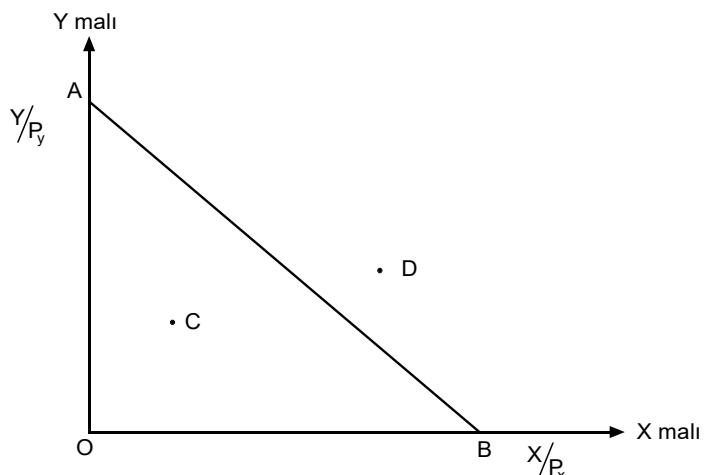
Şekil 49.

Tam tamamlayıcılık durumunda birey 3 bardak çay ile 3 kurabiye tüketmeyi tercih edecektir. Bunun sebebi; ne ilave bir bardak çay olmadan ilave bir kurabiye, ne de bir kurabiye olmadan bir bardak çay toplam faydaya herhangi bir katkıda bulunmayacaktır.

5.2.3. Bütçe Doğrusu

İnsan istekleri sınırsızdır. Tüketiciler olarak insanların istediği mal bileşimlerine ulaşması her zaman mümkün değildir. Çünkü tüketicilerin gelirleri bu istekleri karşılamak için yeterli olmamaktadır (Nicholson, 2000). Rasyonel davranış gösteren tüketici sınırlı geliri ile maksimum faydayı elde etmeye çalışmaktadır. Başka bir ifade ile tüketici gelirinin ve satın alacağı mal fiyatlarının belirlediği sınırlar dâhilinde kendine maksimum faydayı sağlayacak mal bileşimlerini seçmek durumunda bulunmaktadır.

İşte belirli geliri ve piyasa fiyatları ile tüketicinin çeşitli mallardan satın alabileceği mal miktarlarının geometrik yeri bütçe doğrusu ile ifade edilmektedir (Parasiz, 1998). Şekil 50'deki AB doğrusu bütçe doğrusudur.

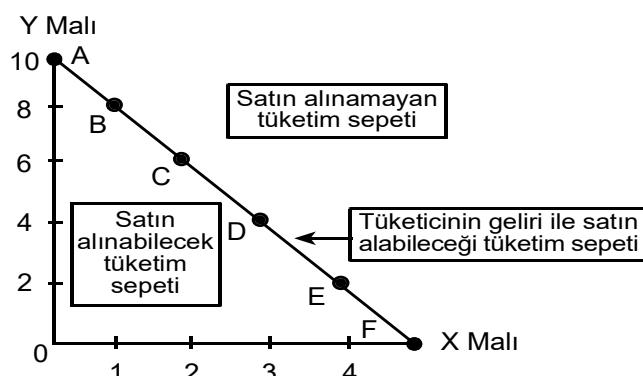


Şekil 50.

Tüketicinin X ve Y gibi iki mal satın aldığı düşünüldüğünde; mal fiyatları P_x ve P_y , tüketicinin geliri de Y olarak tanımlandığında; tüketici gelirinin hepsini

Y malına harcasa $\frac{Y}{P_y}$ X malına harcasa $\frac{X}{P_x}$ satın alacaktır. Bu değerlerin eksen-

lerde birleştirilmesiyle AB bütçe doğrusu elde edilmektedir. Buna göre tüketici bütçe doğrusuna uyarak alım bileşimleri yapmaktadır. Tüketicinin bu doğrunun dışına çıkması beklenemez. C noktası durumunda gelirin tamamı kullanılmıyor demektir. D noktası ise tüketicinin geliri buna müsait olmadığı için düşünülemeyecek durumdur.



Şekil 51.

Tablo 4.

Tüketim Sepeti	X Malı (TL)	Y Malı (TL)
A	0	10
B	1	8
C	2	6
D	3	4
E	4	2
F	5	0

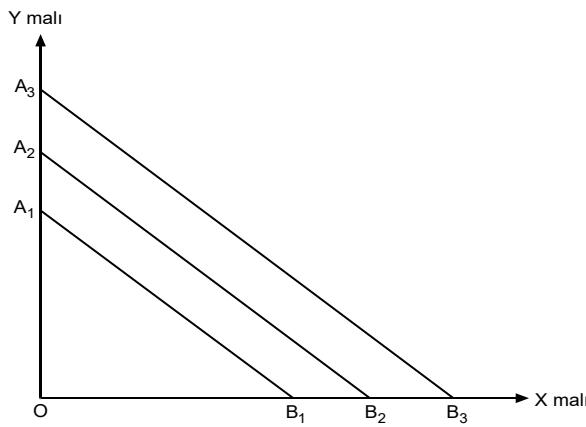
Şekil 51.

Bütçe doğrusu bireyin gelirinin tümünü harcadığında alabileceği tüm X ve Y mal miktarlarının kombinasyonunu temsil etmektedir (Şekil - 51). Buna göre bütçe doğrusu tüm satın alınabilir tüketim olanakları ile, satın alınamayan tüketim sepetleri arasındaki sınırı yansıtmaktadır. Bireyin gelirinin 200 TL, X malının 40 TL ve Y malının 20 TL olduğu varsayılmaktadır. Tablo-4'te bireyin gelirinin tamamını harcadığında alabileceği tüm olası X ve Y mal miktarlarının kombinasyonu gösterilmektedir. Gelirin tamamı X malına harcadığında (F sepetini) 5 birim X malı satın alınacaktır. Eğer Y malına harcanırsa (A sepetini) 10 birim Y malı satın alınacaktır. (Ülgen, 2019).

Buna göre tüketici sınırlı bütçesine göre bir takas (değiş-tokuş) yapmak durumundadır. Daha fazla X malı tüketirken, daha az Y malı tüketir. Veya tam tersi daha fazla Y malı tüketirken, daha az X malı tüketir. Bu da bütçe doğrusu üzerinde bir nokta seçmesini (A, B, C, D, E, F gibi) gerektirmektedir.

Tablo - 4 tüketicinin toplam faydasının bütçe doğrusu üzerindeki değişik tüketim sepetleri için nasıl değiştiğini göstermektedir.

Tüketicinin geliri değiştiğinde bütçe doğrusunda kayma görülmektedir. Eğer tüketicinin geliri artarsa bütçe doğrusu artış yönünde sağa kaymaktadır. Çünkü tüketici X ve Y mallarından daha fazla satın almaktadır.



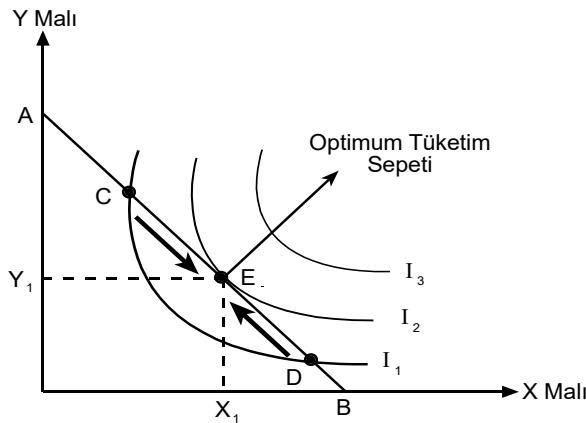
Şekil 52.

Şekil - 52'de görüldüğü üzere tüketicinin gelirinin artması daha fazla X ve Y malı satın almasına imkân vermektedir. Bu durumda bütçe doğrusu sağa doğru kaymakta ve paralel doğrular elde edilmektedir. Şekilde A_3 ve B_3 bütçe doğrusu A_2 , B_2 'den, A_2B_2 'de A_1B_1 'den daha fazla mal alınabileceğini göstermektedir.

Aynı durum tüketicinin geliri artmadan mal fiyatlarının düşmesi durumunda da görülebilir. Fiyatların düşmesi daha fazla mal alımına imkân verdiğinden reel gelirin artması anlamına gelmekte ve bütçe doğrusunu artış yönünde sağa doğru kaydırılmaktadır.

5.2.4. Tüketici Dengesi

Tüketici sınırlı geliri ile ulaşabileceği maksimum faydayı elde etmeyi amaçlamaktadır. Tüketicinin alabileceği mal ve hizmet miktarı bütçesi ile sınırlı olduğunu göre; tercih edeceğİ mal ve hizmet miktarı bütçe doğrusu üzerindeki noktaların biri olacaktır (Pindyck ve Rubinfeld, 2009). Denge koşulu ise bu tercihlerinde kendisine en yüksek fayda sağlayacak olanı belirlemesidir. Bunun için kayıtsızlık eğrilerinden yararlanılmaktadır. **Denge durumu bütçe doğrusunun en yüksek katınlılık eğrisine teget olduğu noktada oluşmaktadır.** (Şekil - 53)



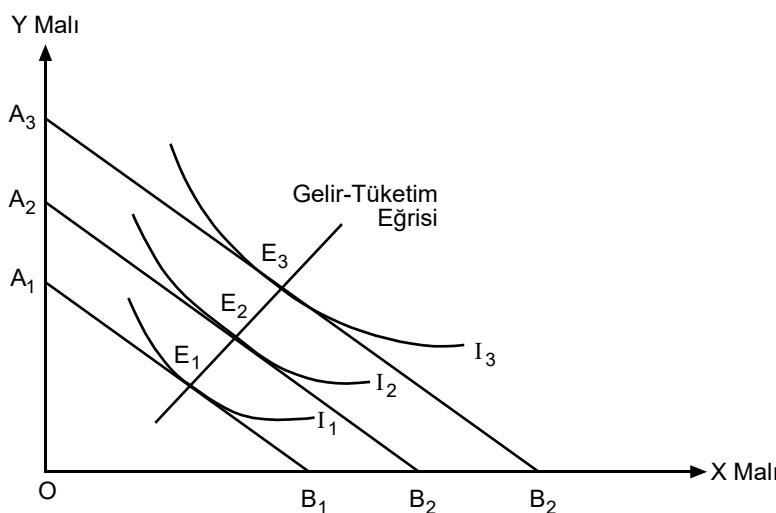
Şekil 53.

Şekil - 53'te bakıldığından I_1 , I_2 , I_3 gibi üç kayıtsızlık eğrisi bulunmakta ve tüketici bunların en yükseği olan I_3 ile gösterilen toplam fayda düzeyini arzu etmektedir. Ancak bütçe doğrusuna göre bu kadar toplam fayda sağlama imkânsızdır. Buna karşın I_1 kayıtsızlık eğrisi üzerinde C ve D noktalarında sağladığı toplam fayda düzeyine de razı olmamalıdır. Bütçe doğrusu üzerinde C ve D'den daha fazla toplam fayda sağlayan E noktası optimum tüketim sepetini sağladığı için tüketicinin tercihi olmalıdır.

Bir tüketim sepetinin optimum olup olmayacağına baklığımızda, Şekil - 53'te C ve D'deki tüketim sepetlerinin bütçe doğrusu üzerinde olduğu ve satın alınabilir tüketim sepetleri olduğu görülmektedir. Ancak hiçbir optimum düzeyi vermemekte ve I_1 kayıtsızlık eğrisi üzerinde yer almaktadır. Tüketici daha iyi tüketim sepeti için C'den aşağı doğru, D'den yukarı doğru hareket ettiğinde toplam faydayı artıran I_2 kayıtsızlık eğrisine geçebilir. Böylece tüketici E noktasında bütçesi doğrultusunda daha fazla fayda düzeyine ulaşabilecektir. Daha önceki konularda bahsedildiği üzere sağa doğru kayan kayıtsızlık eğrisi bir öncekine göre daha fazla fayda sağlamaktadır. (Ülgen, 2019). I_3 kayıtsızlık eğrisi durumunda ise denge oluşması imkânsızdır. Çünkü tüketicinin geliri bu kayıtsızlık eğrisine ulaşmak için yeterli olamamaktadır. Buna göre; tüketiciye aynı faydayı sağlayan farklı mal bileşimlerinin geometrik yeri olan kayıtsızlık eğrisi ile belirli geliri doğrultusunda iki maldan satın alabileceği farklı bileşimleri gösteren bütçe doğrusunun kesiştiği noktası (E noktası) tüketici dengesini ifade etmektedir.

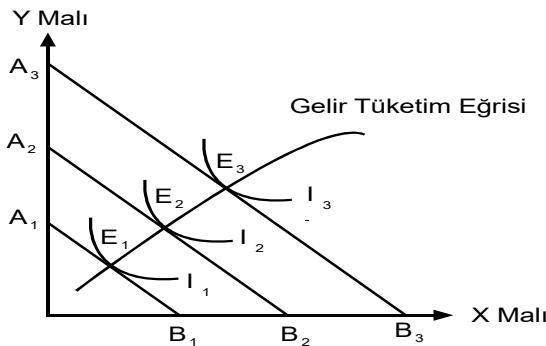
5.2.5. Tüketici Bütçesindeki Değişim ve Gelir Tüketim Eğrisi

Mal fiyatları sabit iken tüketicinin geliri artarsa eski bütçesine göre daha fazla mal satın alma imkânına sahip olacağından bütçe doğrusu paralel olarak sağa doğru kaymaktadır. (Şekil - 54)

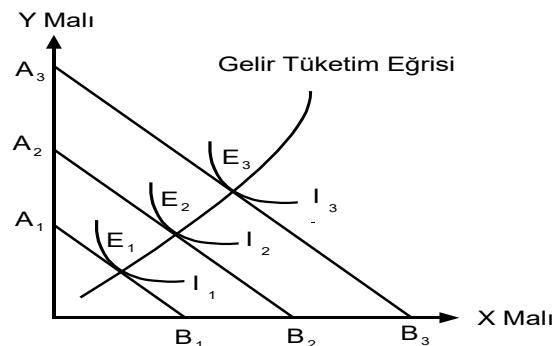


Şekil 54.

Şekilde görüldüğü üzere bütçe doğruları A_1B_1 , A_2B_2 , A_3B_3 olarak sağa kayarken tüketici orijininden daha uzaktaki kayıtsızlık eğrisine ulaşmakta (I_1 , I_2 ve I_3 gibi) ve daha fazla mal satın alarak tüketim düzeyini yükseltmektedir. Bütçe doğruları ile kayıtsızlık eğrilerinin oluşturdukları denge noktalarının (E_1 , E_2 , E_3) birleştirilmesiyle elde edilen doğruya **gelir-tüketim eğrisi** denilmektedir. Gelir tüketim eğrisi Şekil - 54'teki gibi sürekli pozitif ise her iki mal da **normal maldır**. Gelir tüketim eğrisi Şekil - 55a'daki gibi yatay eksene doğru bükümlü ise **X malı normal mal, Y malı düşük mal**dir. Şekil 55b'deki gibi dikey eksene doğru bükümlü ise **X malı düşük mal, Y malı normal mal**dir. Her iki mal da düşük mal ise gelir-tüketim eğrisi çizilemez.



Şekil 55a.



Şekil 55b.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * **Fayda** mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını tatmin etme özelliğine denilmektedir. **Kardinal yaklaşım** faydanın ölçülebileceğini, faydanın kantitatif ölçülerle ifade edileceği görüşünü savunmaktadır. **Ordinal yaklaşım** ise faydanın ölçülemeyeceğini ifade etmekte; fayda subjektif bir kavramdır ve bunu sayı ile ifade etmek yani kardinal olarak ölçmek mümkün değildir..
- * Bir malın toplam tüketiminin tüketiciye sağladığı faydaya **toplamlı fayda** denir. Belirli bir malın tüketici tarafından kullanılan ek biriminin o malın toplam faydasında yaptığı değişiklik **marjinal fayda** ile ifade edilmektedir. Kullanılan mal miktarı arttıkça toplam fayda da artmakta ve bu durum tam doyum noktasına kadar devam etmektedir. Buna karşın kullanılan mal miktarları arttıkça marjinal fayda azalmaktadır. Marjinal faydanın gittikçe azalan bir durum göstermesine **azalan marjinal fayda kanunu** denilmektedir.
- * Birbiri ile ikame edebilen farklı mal bileşimlerinin tüketiciye aynı toplam faydayı sağladığını gösteren eğrilere **kayıtsızlık eğrileri** denir. Aynı eğri üzerinde her nokta daima aynı toplam faydayı temsil etmektedir.
 - * Kayıtsızlık eğrilerinin dört özelliği vardır. Bunlar; **negatif eğimlidir, birbirlerini kesinlikle kesmezler, orijine göre dış bükeydir, orijinden uzaklaştıkça daha fazla fayda sağlamaktadır.**
- * Tüketicinin belirli geliri ve piyasa fiyatları ile çeşitli mallardan satın alabileceği mal miktarlarının geometrik yerine **bütçe doğrusu** denilmektedir.
 - * Tüketicije aynı faydayı sağlayan farklı mal bileşimlerinin geometrik yeri olan kayıtsızlık eğrisi ile belirli geliri doğrultusunda iki maldan satın alabileceği farklı bileşimleri gösteren bütçe doğrusunun kesiştiği noktası **tüketicisi dengesini** oluşturmaktadır.
- * Tüketicinin geliri artıp mal fiyatları sabit iken, eski bütçesine göre daha fazla mal satın alma imkânına sahip olacağından bütçe doğruları paralel olarak sağa doğru kaymaktadır.
 - * Böylece **gelir-tüketicim eğrisi** bütçe doğruları ile kayıtsızlık eğrilerinin oluşturdukları denge noktalarının birleştirilmesiyle elde edilmektedir. Bu eğri X eksene doğru bükümlü ise X malı normal mal, Y malı düşük malıdır. Y eksene doğru bükümlü ise X malı düşük mal, Y malı normal malıdır. Her iki mal da düşük mal ise gelir-tüketicim eğrisi çizilemez.

Kaynakça

Bocutoğlu, E., Berber, M. ve Çelik, K. (1998). *İktisada Giriş*. Trabzon: Derya Kitabevi.

Çiçek, S. (2017). *Mikro İktisat*. Ankara: Efil Yayınevi.

Dinler, Z. (2020). *Mikro Ekonomi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Hall R., E. ve Lieberman, M. (2010). *Microeconomics Principles and Applications*. New York: South-Western Cengage Learning.

Hall, R. E. ve Lieberman, M. (2012). *Microeconomics Principles and Applications*. Boston: Cengage Learning.

Nicholson, W. (2000). *Microeconomics and Its Applications*. New York: The Dreyden Press.

Parasız, İ. (1998). *Modern Mikroekonomi*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Pindyck, R. ve Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomics*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Sloman J. (2013). *Mikro İktisat*. (A. Çakmak, Çev.). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Ülgen, G. (2014). *Mikro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş. 7.Baskı*. İstanbul: Türkmen Kitabevi

Ünsal, E. (2020). *Mikro İktisat*. Ankara: Murat Yayınları.

Bölüm Soruları

- 1. Mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını tatmin kabiliyetine ne ad verilmektedir?**
 - A) Değer
 - B) Fayda
 - C) Tüketim
 - D) Talep
 - E) Harcama
- 2. Aşağıdakilerden hangisi faydanın ölçülemeyeceğini ifade eden yaklaşımdır?**
 - A) Kardinal fayda
 - B) Ordinal fayda
 - C) Marjinal fayda
 - D) Toplam fayda
 - E) Azalan fayda
- 3. Hangisi kayıtsızlık eğrilerinin özelliklerinden biri değildir?**
 - A) Her noktada aynı eğime sahip olmaları
 - B) Negatif eğimli olmaları
 - C) Birbirlerini ve eksenleri kesmemeleri
 - D) Genellikle orijine göre dışbükey olmaları
 - E) Sağa kayan her kayıtsızlık eğrisinin bir öncekinden daha fazla fayda sağlamaşı
- 4. Tüketicinin satın alma gücünü yansitan kavram aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) Gelir-tüketim eğrisi
 - B) Fiyat-tüketim eğrisi
 - C) Bütçe doğrusu
 - D) Genişleme yolu
 - E) Maliyet kısıti
- 5. Kayıtsızlık eğrilerinin özelliğini aşağıdakilerden hangisi göstermektedir?**
 - A) Pozitif eğimlidirler
 - B) Birbirlerini keserler
 - C) Üzerlerindeki her nokta farklı tatmin düzeyini gösterir
 - D) Eksenleri keserler
 - E) Orijine göre dışbükeydirler
- 6. Bir maldan bir birim daha fazla tüketilmesinin toplam faydada yarattığı değişme aşağıdakilerden hangisi ile ifade edilmektedir?**
 - A) Marjinal fayda
 - B) Kardinal fayda
 - C) Ordinal fayda
 - D) Maksimum fayda
 - E) Minimum fayda
- 7. Bir malın tüketilen miktarı arttırıldığında, her yeni birimin sağladığı faydanın azalacağını belirten kanun aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) Azalan verimler kanunu Gresham yasası
 - B) Azalan marjinal fayda yasası
 - C) Talep yasası
 - D) Arz yasası
 - E) Azalan verimler kanunu
- 8. Marjinal faydayı gösteren durum aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) $\Delta Q / \Delta L$
 - B) $\Delta TU_a / Q_a$
 - C) $\Delta TU_a / \Delta Q_a$
 - D) $TU_a / \Delta Q_a$
 - E) TU_a / Q_a

9. Aşağıdakilerden hangisi tüketiciye bir maldan daha fazla satın alma imkânını sağlayan eğriyi ifade etmektedir?

- A) Bütçe doğrusu
- B) Kayıtsızlık eğrisi
- C) Eş ürün eğrisi
- D) Gelir-tüketim eğrisi
- E) Genişleme yolu

10. Aşağıdakilerden hangisi tüketicinin geliri arttığında talebinin azaldığı mal grubunu ifade etmektedir?

- A) Lüks mal
- B) Düşük mal
- C) Esnek mal
- D) Ekonomik mal
- E) Normal mal

Cevap Anahtarı

1. B	2. B	3. E	4. C	5. E
6. A	7. E	8. C	9. D	10. B



6. ARZ TAHLİLLERİ

“Masraflar, gelir ile uyumlu olarak artar.”

John Murphy



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Üretimde kullanılan dört üretim faktörünün üretim sürecine etkilerini kavrayabilir.
- Üretim sürecindeki girdi-çıktı arasındaki ilişkiyi inceleyebilir.
- Üretimde maksimum kârlılık düzeyinin optimum kullanılan faktör miktarı ile eş maliyet doğrularının kesiştiği noktada gerçekleşeceğini öğrenebilir.

Başlamadan Önce

Bu bölümde bir önceki bölümde tüketicileri ilgilendiren talep tahlillerinin benzeri olan ancak üreticileri ilgilendiren arz tahlilleri kavramı ele alınacaktır. Bu başlık altında üretim süreci; üretimin gerçekleşmesinde kullanılan dört üretim faktörü ve üretimin teknik bileşimini ifade eden üretim fonksiyonu ile azalan verimler kanunu başlıklarını açıklanacaktır. Yine bir önceki bölümdeki kayıtsızlık eğrilerinin benzeri olan ama üreticileri ilgilendiren iki faktörün farklı bileşiminin aynı üretim düzeyini gösteren eş-ürün eğrileri ve özelliklerini inceleneceler, üreticinin mali durumunu yansıtan eş maliyet doğruları açıklanacaktır.

Birlikte Düşünelim

1. Üretim sürecinde kullanılan faktörler nelerdir?
2. Azalan verim kanunu neyi açıklar?
3. Belirli bir miktarda mal elde etmek için kullanılacak girdilerin miktarını ve bu girdiler arasındaki bileşimin ne olacağını gösteren teknik ilişkiyi ifade eden tanım hangisidir?



Anahtar Kavram

Sermaye: Bir bedel karşılığı olarak üretim sürecindeki faktörlerden biri olan sermaye, birden çok dönemde kullanılabilen, emeğin verimliliğini artıran ve kendisi de üretilmiş olan her türlü araç, gereç veya mali yahut fiziki varlıkların tümüdür.

6.1. Üretim Faktörleri

İktisat bilimi küt kaynaklar ile sonsuz ihtiyaçlar arasındaki dengeyi kurma-ya çalışmakta bu doğrultuda önemli ve faydalı malların üretimi gidilmektedir. Mal ve hizmetler tabiatın bize verdiği madde ve kuvvetlerden, emek ve **sermaye** malları yardımı ile elde edilmekte ve de faydalarını vermek suretiyle ihtiyaçları gidermektedirler. Bu durumda insan ihtiyaçlarını tatmin etme kabiliyetini artıran faaliyetler üretim ile tanımlanmaktadır (Bocutoğlu ve diğerleri, 1998).

Üretim; bir fayda yaratmak veya mevcut faydalara ilavelerde bulunmak amacıyla yapılan bütün faaliyetleri kapsamaktadır. Bunlar; şekil faydası, mekân faydası ve zaman faydası yaratan faaliyetlerdir (Besanco ve Braeuringam, 2002). Buna göre; tabii madde ve kaynakların şekillerinin değiştirilmesi sonucu bir fayda yaratılabilir ki buna şekil faydası denilmektedir. Örneğin dokuma sanayi. Yine malların yerlerinin değiştirilmesi ile bir fayda yaratılabilir veya mevcut faydaya ilâvelerde bulunulabilir ki buna da **mekân faydası** denilmektedir. Örneğin ulaştırma faaliyetleri: Özellikle tarımsal ürünlerin toplanıp depolanarak hemen her mevsim tüketicilerin hizmetine sunulması onlara **zaman faydasını** kazandırmaktadır.

Üretim faktörleri; bir üretimin meydana gelmesinde kullanılan unsurlardır. Dolayısıyla üretim; üretim faktörlerinin birleştirilmesiyle yapılmaktadır. Üretim faktörleri dört grupta toplanır (Alan ve Wall, 2000).



Görsel 8. Üretim Faktörleri

Bu unsurlardan toprak ve emek orijinal üretim faktörleri olması nedeniyle üretilmemiş üretim faktörleridir ve bu nedenle üretimin temel faktörleri sayılmalıdır. Çünkü bu iki unsurun bir araya gelmesi verimi düşük bile olsa bir üretim olayını meydana getirebilmektedir.

6.2. Üretim Fonksiyonu

Firmanın **üretim fonksiyonu** girdi - çıktı miktarları arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir (Begg ve diğerleri, 2001). Buna göre, belirli faktörlerin kullanılıp mal haline gelmesi durumu olan üretimin gerçekleşmesi sürecinde kullanılan faktörlerin miktarı ile üretilen malın miktarı arasında fonksiyonel bir ilişki söz konusudur. Firmanın üretmiş olduğu mal ve hizmetleri satabilmesi için girdilerini - çıktıya dönüştürmesi gerekmektedir. Üretim fonksiyonu belirli bir teknik bilgi düzeyinde, belirli bir miktarda mal elde etmek için kullanılacak girdilerin (emek - sermaye - doğal kaynak - hammadde) miktarını ve bu girdiler arasındaki bileşimin ne olacağını gösteren teknik ilişkidir (Çiçek, 2017). Firmanın üretmiş olduğu çıktı miktarı girdi miktarına bağlı olmaktadır. Yani üretim faktörlerinin (input - girdi) miktarı ile üretilen malın (output - çıktı) miktarları arasındaki ilişkiyi göstermektedir.

Buna göre üretim miktarını Q , belirli bir dönemde kullanılan üretim faktörlerini a, b, c, \dots, n olarak ifade edersek üretim fonksyonunun cebirsel ifadesi;

$$Q = f(a, b, c, \dots, n)$$

olarak gösterilebilir.

Üretim fonksiyonu teknik bir zorunluluğu ifade etmektedir. Belirli bir mal üretmek için kullanılan girdilerden birinin miktarının artırılması ancak diğer girdilerden birinin miktarının azaltılması ile mümkün olmaktadır.

Üretim faktörlerinden bazılarının veya tamamının değiştirilmesinde zaman ayırımı da önem kazanmaktadır. Örneğin; 15 hektarlık bir tarlada bir çıktı (bugday), iki girdi (emek ve toprak) kullanıldığını varsayıyalım. Burada toprak faktörü belirli bir zaman için miktarı değiştirilemediğinden **sabit girdi**, işçi sayısının artırlabilme imkânından dolayı emek faktörü de **değişken girdi** olarak tanımlanabilir (Hall ve Lieberman, 2010).

Gerçek hayatı girdi miktarının sabit olup olmaması zamana bağlıdır. En az bir girdinin belirli zaman aralığında sabit kaldığı döneme **kısa dönem**, yeteri kadar zaman aralığı varsayıyı altında firmaların girdi miktarlarını artırdıkları döneme de **uzun dönem** denilmektedir. Buna göre, faktörlerden birkaçının değiştirilebildiği döneme kısa dönem; tüm faktörlerin değiştirilmesine imkân veren uzunluktaki döneme ise uzun dönem denilmektedir.

6.3. Azalan Verim Kanunu

Üretim faktörlerinden birinin miktarı değiştirilip diğer üretim faktörlerinin miktarının sabit tutulması durumunda miktarı artan üretim faktörünün veriminin; önce artış gösterip maksimum noktasına ulaşması, daha sonra da azalması **azalan verim kanunu** olarak bilinmektedir. Bu kanuna değişen oranlı verim kanunu da denilmektedir (Hall ve Lieberman, 2012).

Azalan verimin ortaya çıkış nedenini bir önceki konuda verilen örnekle açıklamak mümkündür. 15 hektarlık tarlayı arttırma yoluna gitmeden işçi sayısı artırıldığından tarla daha yoğun işlenmekte, buğday miktarı artmaktadır. Ancak ilave işçi alınması sonucu gelen her işçi bir önceki işçiye göre 15 hektarlık tarlanın daha küçük bir kısmında çalışmaktadır. Bu durumda ilave işçi bir önceki işçi kadar üretim gerçekleştirememektedir. (Ülgen, 2019).

Azalan verim kanununa ilişkin önemli nokta; iktisattaki önemli önermelerden biri olan “diğer üretim miktarının sabit tutulması” varsayımdır (Kirman ve Lapiet, 1991). Böylece diğer üretim faktörleri sabit tutulduğunda her ilave faktör (işçi), üretimi kendisinden önceki faktörden (işçiden) daha az artırmaktadır.

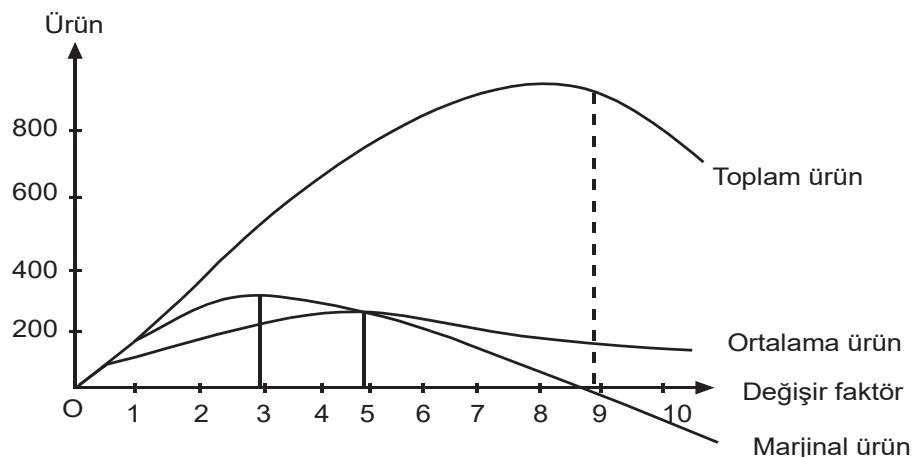
Konuya aşağıdaki tabloda sayısal örnek yardım ile açıklamak mümkündür.

Tablo 5.

Değişken Faktör	Toplam Ürün	Ortalama Ürün	Marjinal Ürün
1	40	40	40
2	90	45	50
3	150	50	60
4	195	48,7	45
5	230	46	35
6	260	43,3	30
7	280	40	20
8	290	36,2	10
9	295	32,7	5
10	295	29,5	0

Değişken bir faktörün ister azaltılarak isterse artırılarak kullanımı ile üretimi arasındaki ilişkiyi yansitan azalan verim kanuna göre toplam ürün ortalama ürün ve marjinal ürün miktarları önce birlikte artmakta; belli bir noktadan sonra azalmaya başlamakta hatta negatif değerler ortaya çıkılmaktadır. Tabloya baktığımızda toplam ürün değişim faktörün 9. birimine kadar arttıktan sonra düşerken; ortalama ürün ise maksimuma 5. birimde ulaşmaktadır. Marjinal ürünün maksimuma varış noktası 3. birimde olmaktadır.

Konuya şekil olarak ifade etmek istediğimizde ise;



Şekil 56.

Şekil – 56 incelendiğinde; değişir faktör miktarı arttırıldığında toplam ürün hızla artmaktadır. Bunun sebebi ilâve her değişik faktörün (marjinal ürünün) bir öncekinden fazla olmasıdır. Değişir faktör arttırılmaya devam ettikçe (1 ile 9 arası) toplam ürün azalan hızla artmaktadır. (Ülgen, 2019). Bunun nedeni ise üretmeye ilâve edilen her değişir faktörün veriminin (marjinal ürün) bir öncekinden daha az olmasıdır. 9. birimden sonra kullanılan değişir faktörün üretmeye katkısı olmadığından yani marjinal ürün negatif olduğundan toplam ürün azalmaya başlamaktadır.

Ortalama ürün eğrisi ise; 5. birime kadar artmakta; daha sonra azalmaktadır. Toplam ve ortalama ürüne yön veren marjinal ürün eğrisidir. Marjinal ürün 3. birime kadar artmakta, daha sonra 3. ve 9. birim arası hızla azalmaktadır. Marjinal ürünün sıfır olduğu noktada toplam ürün maksimum olmakta; marjinal ürün negatif olduğunda ise toplam ürün azalmaktadır. Buna göre azalan verim kanunu sabit ve değişir faktörler arasındaki oranların değişmesini ele almakta ve bunların toplam ürün üzerindeki etkilerini incelemektedir.

6.4. Eş-Ürün Eğrileri

Bir firma üretim işleminde üretim faktörlerini farklı oranlarda birleştirebiliyorsa; yani faktörlerden birini diğerinin yerine ikame edebiliyorsa üretim fonksiyonu;

$$q = f(K, L)$$

şeklinde yazılabilir.

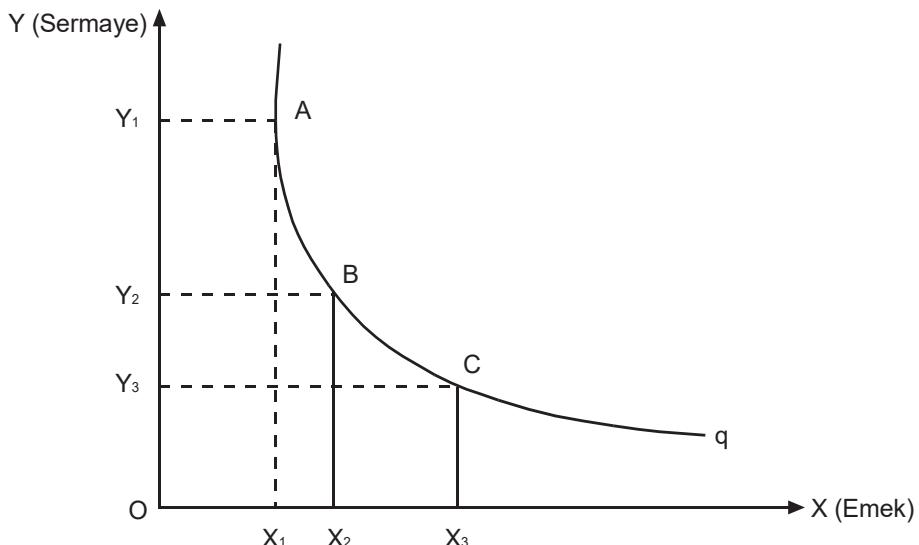
Buna göre bir birim ürün elde etmek için emek (L) ve sermaye (K) gibi iki üretim faktörünün farklı bileşimleri kullanıldığından daima aynı üretim miktarı elde edilecektir.

Eş ürün eğrileri; üreticiye aynı üretim düzeyini sağlayan iki faktörün (emek ve sermaye) farklı bileşimlerinin **geometrik yeri** olup, üreticileri ilgilendiren eğrilemdir (Ünsal, 2020). (Şekil - 57)



Anahtar Kavram

Geometrik Yer: Genellikle düzlemede bir açık önermeyi doğrulayan noktalar kümesi veya aynı özelliklere sahip noktaların oluşturduğu çizgi ya da yüzeydir.



Şekil 57.

Bu eğri üzerindeki her nokta aynı üretim düzeyini vermektedir. Eş ürün eğrisi üzerinde A noktasından B'ye, B noktasından C'ye geçildikçe sermaye miktarı azalıp; emek miktarı artmaktadır. Ancak faktörlerden hangisi fazla olursa olsun aynı ürün miktarı elde edilmektedir. Eş ürün eğrileri ile kayıtsızlık eğrileri benzer nitelikler göstermektedir. Bilindiği üzere kayıtsızlık eğrilerinde marginal fayda ifade edilmektedir. Ancak eş ürün eğrileri üretimle ilgili olup; ölçülebilin, sayılabilen, tartılabilen değerleri içerdiginden marginal verimliliği ifade etmektedir.



Hatırlatma

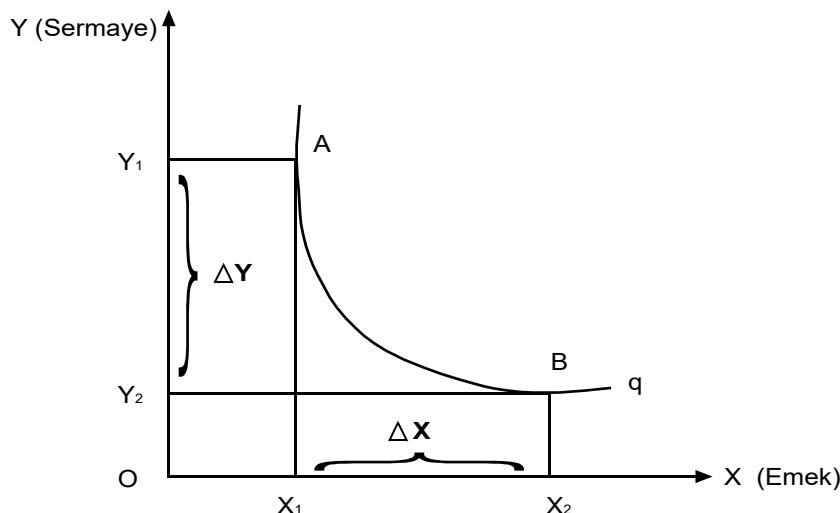
Marjinal Fayda – Azalan Marjinal Fayda konusuna 5. Bölümde yer verilmiştir.

Özellikleri:

- **Eş-ürün eğrileri negatif eğimli eğrilerdir.** Sol yukarıdan sağ aşağıya doğru inmesi (Şekil-52) aynı üretim düzeyini elde etmek için faktörlerden birinden kullanılan miktar arttırdıkça diğer faktörün azaltılması gerektiğini göstermektedir.

- **Eş-ürün eğrileri paralel eğriler olup; birbirlerini kesmezler.** Eğer eş-ürün eğrileri birbirlerini keserse; belirli bir faktör bileşimi sonucu faklı iki üretim düzeyi ortaya çıkacaktır.

- **Eş-ürün eğrileri orijine göre dış bükeydirler.** Eş-ürün eğrisi üzerindeki bir bileşimden diğer bileşime geçildiğinde aynı üretim düzeyini korumak için daima bir faktörün miktarı artarken; diğerinin azalması gerekmektedir. Böylece aynı üretim düzeyini koruma amacıyla faktörler arasındaki bu ikame oranına **marjinal teknik ikame oranı** denilmektedir. Şekil-58'de görüleceği üzere A noktasında Y_1 kadar sermaye X_1 kadar emek faktörünü kullanılmaktadır.



Şekil 58.

B noktasında ise Y_2 kadar sermaye X_2 kadar emek kullanılmaktadır. Buna göre A'daki üretim düzeyinden B'deki üretim düzeyine geçildiğinde sermaye miktarı ΔY kadar azalırken; onun yerine emek faktörü ikame edilerek emek miktarı ΔX kadar arttırmaktadır. Böylece **marjinal teknik ikame oranı** bir faktördeki değişmenin, diğer faktörde ne kadarlık bir değişimmeye yol açtığını ifade etmektedir.

$$\text{MTİO : } -\frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

Eş ürün eğrisi üzerinde A'dan B'ye geçildiğinde sermaye yerine emeğin ikame edilmesi güçleşeceğinden yani ΔX 'ler arttırıldığında vazgeçilen ΔY 'ler giderek

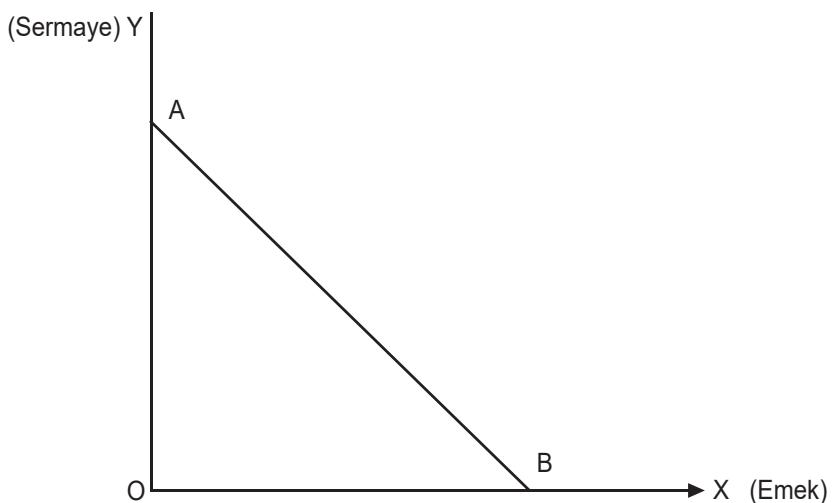
küçüldüğünden $\frac{\Delta Y}{\Delta X}$ oranı giderek küçülmektedir. Bu durumda $\frac{\Delta Y}{\Delta X}$ 'in yani

MTİO'nun eğri boyunca azalması eş ürün eğrisinin orijine göre dış bükey olmasına neden olmaktadır.

- **Eş ürün eğrileri yer değiştirmektedirler.** Eğrinin sağa kayması daha fazla, sola kayması ise daha az üretim düzeyini ifade etmektedir.

6.5. Eş-Maliyet Doğruları

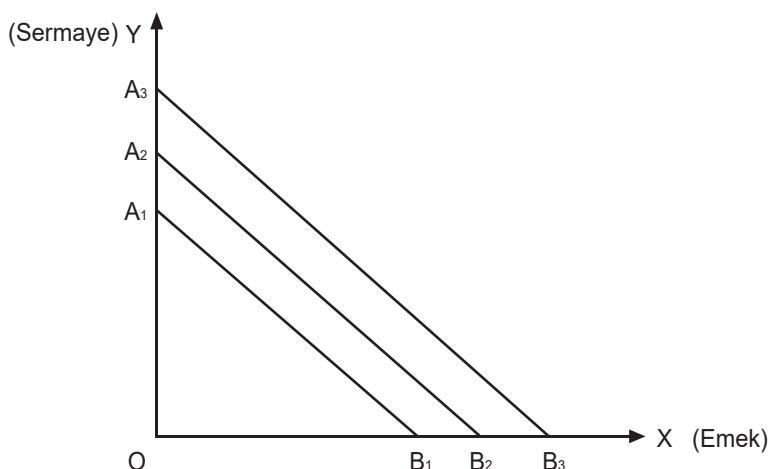
Üretici elindeki kaynaklarla en yüksek düzeyde üretim yapmayı veya belli bir üretim düzeyine daha az kaynak kullanarak ulaşmayı hedeflemektedir. Ancak üreticinin eş-ürün eğrisi üzerindeki faktör bileşimlerinden hangisi ile üretimi gerçekleştireceği hem bütçesine hem de faktörlerin fiyatlarına bağlı olmaktadır (Yaylalı, 2004). İşte tüketici dengesi analizindeki bütçe doğrusunun benzeri olan eş maliyet doğrusu üreticinin belirli bir bütçe ve veri faktör fiyatları ile hangi faktörlerden ne kadar satın alacağını gösteren doğrulardır. (Şekil - 59)



Şekil 59.

Şekilde AB eş maliyet doğrusu üzerindeki her nokta aynı maliyetle ancak farklı üretim faktörleri (emek ve sermaye) kullanılarak aynı ürünün elde edileceğini göstermektedir.

Üreticinin bütçe olanakları değiştiği zaman; üretimini arttırmak için daha fazla harcama yapmak zorundadır. Bu durumda eş-maliyet doğruları sağa doğru kaymakta ve paralel doğrular elde edilmektedir. (Şekil - 60)



Şekil 60.

Şekilde A₃B₃ eş-maliyet doğrusu A₂B₂'den, A₂B₂'de A₁B₁'den daha fazla ürün miktarını göstermektedir.



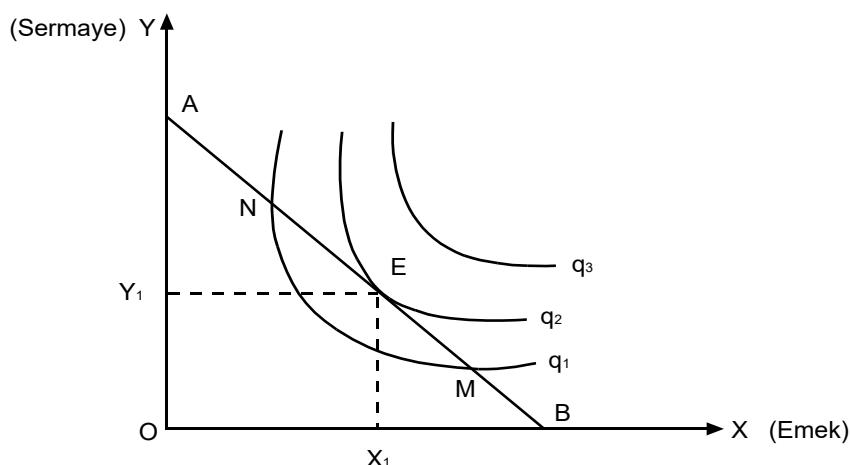
İpucu

Üretim Maliyetleri konusuna
7. Bölümde yer verilecektir.

6.6. Üretici Dengesi

Üreticiler kendilerine maksimum kâr sağlayacak olan üretim hacmini en düşük maliyetle gerçekleştirmek amacındadır. Buna göre çeşitli üretim düzeylerinde hangi faktör bileşiminin en uygun olduğunu belirlemek durumundadır. Bilindiği

üzere eş-ürün eğrileri üreticinin teknik seçimlerini, eş-maliyet doğruları ise faktör bileşimlerinin maliyetini yansıtmaktadır. Bu doğrultuda faktör fiyatları veri iken; üreticinin bütçe olanakları doğrultusunda maksimum verimliliği sağlayabileceği faktör bileşimi eş-ürün eğrileri ile eş maliyet doğruları yardımı ile açıklamak mümkündür. Eş-ürün ve eş-maliyet doğrularının birbirlerine teget olduğu noktada (E noktası) üretici dengesi gerçekleşmektedir (Şekil - 61).

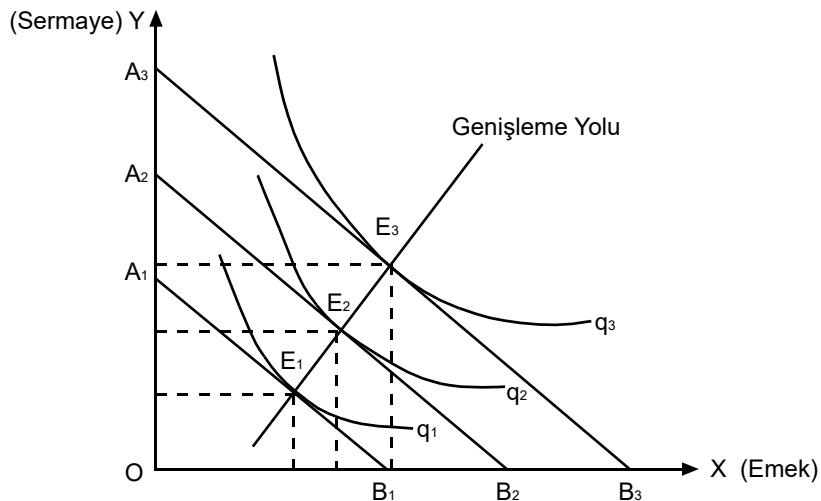


Şekil 61.

Şekilde dengenin oluştuğu E noktasında Y (sermaye) faktöründen Y_1 , X (emek) faktöründen X_1 kadar alınarak q_2 eş-ürün eğrisinin belirlediği üretim düzeyi elde edilmektedir. E noktasının dışında dengenin oluşması mümkün olamamaktadır. Örneğin N noktasını ele aldığımızda aynı harcama ile daha düşük bir üretim düzeyi elde edilmektedir. Çünkü N noktası daha düşük üretim düzeyini gösteren q_1 eş-ürün eğrisi üzerindedir. Bilindiği üzere sağa doğru her eş-ürün eğrisi kendisinden öncekine göre daha yüksek bir üretim düzeyini vermektedir. Buna göre denge noktası q_3 eş-ürün eğrisi üzerinde de olamaz. Çünkü üreticinin bütçe olanakları $X_1 Y_1$ ile sınırlıdır. Bu durumda firmanın bütçe olanakları doğrultusunda üretimini maksimuma çıkardığı noktası E denge noktası olmaktadır.

6.7. Üretici Bütçesindeki Değişim ve Genişleme Yolu

Faktör fiyatları sabit iken üreticinin bütçe olanakları artarsa; eski bütçesine göre daha fazla faktör satın alma imkânına sahip olacağından üretim düzeyini artırması mümkün olmaktadır. Daha ileri düzeyde harcama yeni faktör bileşimlerini zorunlu kılmaktadır. Faktör fiyatları sabitken harcama olanaklarının artması eş maliyet doğrularını paralel olarak sağa kaydırır. (Şekil - 62)



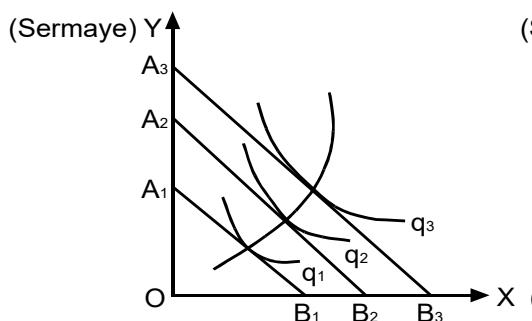
Şekil 62.

Şekilde görüldüğü üzere eş maliyet doğruları A_1B_1 , A_2B_2 , A_3B_3 olarak sağa kayarken; üretici orijinden daha uzaktaki eş ürün eğrisine ulaşmakta (q_2 ve q_3 gibi) ve daha fazla mal üreterek üretim düzeyini yükseltmektedir.

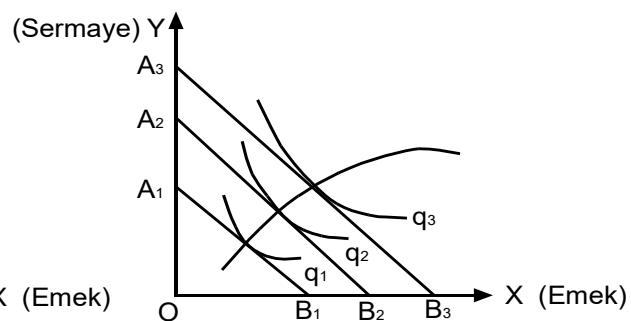
Eş maliyet doğruları ile eş-ürün eğrilerinin oluşturdukları denge noktalarının (E_1 , E_2 , E_3) birleştirilmesiyle elde edilen doğruya **genişleme yolu** denilmektedir. Faktör fiyatları sabit iken; üretici bu yol üzerinde üretimini artırmayı veya kısaltmayı başarmaktadır.

Üretim artışı için X ve Y faktörlerinin aynı oranda kullanılması durumunda genişleme yolu doğru biçiminde oluşmaktadır. Ancak eğer faktörler arasında oran değişmesi söz konusu ise genişleme yolu eğri biçimini almaktadır. Buna göre üretici üretim miktarını arttırdıkça sermaye faktörünü daha fazla kullanılıyorsa yani sermaye yoğun teknolojileri seçiyorsa genişleme yolu eğrisi sermaye ekseni doğru kıvrılmaktadır (Şekil – 63a).

Tersi durumunda; emek sermayenin yerine ikame ediliyor yani emek yoğun teknolojileri tercih ediyorsa genişleme yolu eğrisi emek ekseni doğru kıvrılacaktır (Ülgen, 2014). (Şekil – 63b).



Şekil 63a.



Şekil 63b.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * Bir fayda yaratmak veya mevcut faydalara ilavelerde bulunmak amacıyla yapılan bütün faaliyetlere üretim denir. Üretim ; şekil faydası, mekan faydası ve zaman faydası yaratan faaliyetleri içermektedir..
 - * Üretimin meydana gelmesinde kullanılan unsurlar **üretim faktörleri** olarak tanımlanmaktadır. Üretim faktörlerinin birleştirilmesiyle üretim gerçekleşmektedir. Üretim faktörleri; **Toprak, Emek, Sermaye, Girişim** olmak üzere dört grupta toplanmaktadır
- * Üretimin gerçekleşmesi sürecinde kullanılan faktörlerin miktarı ile üretilen malın miktarı arasında fonksiyonel bir ilişkiyi üretim fonksiyonu ifade eder. Üretim fonksiyonu teknik bir zorunluluğu ifade etmektedir. Mal üretimi için kullanılan girdilerden birinin miktarının arttırılması ancak diğer girdilerden birinin miktarının azaltılması ile mümkün olmaktadır. Burada zaman ayırımı da önem kazanmaktadır. En az bir girdinin belirli zaman aralığında sabit kaldığı döneme **kısa dönem**, yeteri kadar zaman aralığı varsayıyı altında firmaların girdi miktarlarını artırdıkları döneme de **uzun dönem** denilmektedir.
 - * **Azalan verim kanunu** üretim faktörlerinden birinin miktarı değiştirilip diğer üretim faktörlerinin miktarının sabit tutulması durumunda miktarı artan üretim faktörünün veriminin; önce artış gösterip maksimum noktasına ulaşması, daha sonra da azalması durumunu ifade etmektedir.
- * Üreticiye aynı üretim düzeyini sağlayan iki faktörün (emek ve sermaye) farklı bileşimlerinin geometrik yeri olup, üreticileri ilgilendiren eğriler **eş ürün eğrileridir**. Eş ürün eğrilerinin de özellikleri olarak; **negatif eğimli eğrilerdir, paralel eğriler olup; birbirlerini kesmezler, orijine göre dış bükeydirler, orijinden daha uzak olan** eş ürün eğrisi daha fazla üretim düzeyini göstermektedir.
 - * Üreticinin belirli bir bütçe ve veri faktör fiyatları ile hangi faktörlerden ne kadar satın alacağını gösteren doğru **eş maliyet doğrusudur**.
- * Eş-ürün eğrileri ile eş maliyet doğrularının kesiştiği nokta faktör fiyatları veri iken; üreticinin bütçe olanakları doğrultusunda maksimum verimliliği sağlayabileceği faktör bileşimini göstermekte ve üretici dengesi sağlanmaktadır.

- * **Genişleme yolу** faktör fiyatları sabit iken üreticinin bütçe olanakları arttığında; eski bütçesine göre daha fazla faktör satın alma imkânına sahip olacağı üretim düzeyini göstermektedir.

Kaynakça

Alan, G. ve Wall, S. (2000). *Intermediate Microeconomics*. London: Prentice Hall.

Begg, D., Stanley, F. ve Rudiger, D. (2001). *Mikro İktisat* (V. Serin, Çev.). İstanbul: Alkım Yayınları.

Besanko, D. ve Braeuringam, R. R. (2002). *Microeconomics: An Integrated Approach*. New York: John Wiley.

Bocutoğlu, E., Berber, M. ve Çelik, K. (1998). *İktisada Giriş*. Trabzon: Derya Kitabevi.

Çiçek, S. (2017). *Mikro İktisat*. Ankara: Efil Yayınevi.

Hall R., E. ve Lieberman, M. (2010). *Microeconomics Principles and Applications*. New York: South-Western Cengage Learning.

Hall, R. E. ve Lieberman, M. (2012). *Microeconomics Principles and Applications*. Boston: Cengage Learning.

Kirman, P. K. ve Laped, A. (1991). *Microeconomics*. Paris: PUF.

Ülgen, G. (2014). *Mikro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Türkmen Kitabevi 7.Baskı

Ünsal, E. (2020). *Mikro İktisat*. Ankara: Murat Yayınları.

Yaylalı, M. (2004). *Mikro İktisat*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

Bölüm Soruları

1. Aşağıdakilerden hangisi faktörlerden bazılarını değiştirmeye imkânını veren durumu göstermektedir?

 - A) Kısa dönem
 - B) Uzun dönem
 - C) Çok uzun dönem
 - D) Pazar dönemi
 - E) Piyasa dönemi
2. Bir fayda yaratmak amacıyla yapılan durum aşağıdakilerden hangisi ile ifade edilmektedir?

 - A) Talep
 - B) İhtiyaç
 - C) Arz
 - D) Üretim
 - E) Tüketim
3. Toprak, emek, sermaye ve girişimden oluşan kaynaklara ne ad verilir?

 - A) Çıktı
 - B) Üretim faktörü
 - C) Ürün
 - D) Doğal kaynak
 - E) İmalat
4. Aşağıdakilerden hangisi, farklı iki faktör bileşiminin aynı ürün miktarını verdiği geometrik durumu ifade etmektedir?

 - A) Farksızlık eğrisi
 - B) Kayıtsızlık eğrisi
 - C) Eş ürün eğrisi
 - D) Anlaşma eğrisi
 - E) Bağıt eğrisi
5. Aşağıdakilerden hangisi tüm girdilerinin miktarlarının değiştirileceği dönemdir?

 - A) Piyasa dönemi
 - B) Pazar dönemi
 - C) Kısa dönem
 - D) Çok kısa dönem
 - E) Uzun dönem
6. Aşağıdaki hangisi üretim fonksiyonu ile ilgili doğru tanımdır?

 - A) Fonksiyona giren üretim faktörlerinin marginal fiziki ürünlerine ulaşmak mümkündür
 - B) Yalnızca ölçüye göre sabit getiriyi gösterir
 - C) Teknolojik gelişme fonksiyonu aşağıya kaydırır
 - D) Üretim faktörlerinden birisinin değişmesi ile ortaya çıkan üretimi gösterir
 - E) Her zaman doğrusal bir fonksiyondur
7. Üreticinin mali gücündeki iyileşme sonucu daha fazla faktör alma imkânı ve üretim artışı aşağıdakilerden hangisi ile ifade edilir?

 - A) Bütçe doğrusu
 - B) Genişleme yolu
 - C) Gelir tüketim eğrisi
 - D) Eş mal yet doğrusu
 - E) Eş ürün eğrisi
8. Aşağıdakilerden hangisi eş mal yet doğrusunu belirtmektedir?

 - A) Faktör bileşiminin mal yetini
 - B) Eş ürün eğrileri ile teğet olma durumunu
 - C) Eş ürün eğrilerinin birbirlerini kesme durumunu
 - D) Faktör bileşimini
 - E) Üreticinin teknik seçimlerini

9. Aşağıdakilerden hangisi değişken bir faktörün işter azaltılarak isterse arttırılarak kullanımı ile üretimi arasındaki ilişkiyi yansıtmaktadır?

- A) Artan verim kanunu
- B) Artan marginal fayda kanunu
- C) Azalan verim kanunu
- D) Azalan toplam fayda kanunu
- E) Değişen marginal fayda kanunu

10. Aşağıdaki hangi özellik faktörler arası ikame olduğu varsayıminın sonucudur?

- A) Üzerindeki her noktanın eşit üretim düzeyini göstermesi
- B) Orijinden uzaklaşıkça daha yüksek üretim düzeyini göstermesi
- C) Birbirlerini ve genellikle eksenleri kesmemesi
- D) Orijine göre dışbükey olması
- E) Azalan (negatif) eğimli olması

Cevap Anahtarı

1. A	2. D	3. B	4. C	5. E
6. A	7. B	8. A	9. C	10. E



7. ÜRETİM MALİYETLERİ

“Uzun vadede hepimiz ölüyüz.”

John Maynard Keynes



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Firmanın satış gelirinin yanında üretim maliyetlerinin de seyrini bilmek zorunda olduğunu öğrenebilir.
- Firmanın en önemli amacının kârını maksimum kılma hedefi ile faaliyyette bulunma isteği olduğunu görebilir.
- Dışsal ölçek ekonomilerinin hem firma hem de endüstri açısından maliyet arttırıcı ve azaltıcı bir etki yaratabileceğini öğrenebilir.

Başlamadan Önce

Bu bölümde üreticinin üretim düzeyini belirlerken; katlanmak durumu ifade eden üretim maliyetleri ele alınacaktır. Bir üretimin maliyeti üretim miktarına bağlı olduğu gibi üretim dönemlerinin süresine de bağlı olduğu için üretim maliyetlerini kısa ve uzun dönemde olmak üzere ayrı ayrı incelenmektedir. Kısa dönemde firmanın kullandığı faktörlerin bir kısmı sabit olduğundan sadece değişir faktörün arttırılıp azaltılmasıyla üretim düzeyinin değiştirebildiği için sabit, değişir, toplam maliyet ve marginal maliyetler söz konusu olmaktadır.

Birlikte Düşünelim

1. Üretim sürecinde firmaların en önemli hedefi nedir?
2. İçsel ölçek ekonomilerinin firma maliyetlerine etkisi hangi yönde olmaktadır?
3. Dışsal ölçek ekonomilerin firmalara sağladığı avantaj ve dezavantajlar nelerdir?



Hatırlatma

Üretim Faktörleri konusuna
6. Bölümde yer verilmiştir.

7.1. Kısa ve Uzun Dönem Üretim Maliyetleri

Buraya kadar yapılan açıklamalar üretimin fiziki koşulları ile üretimde kullanılan faktörlerin fiyatları ve üreticinin bütçe olanakları ile ilgili bilgileri kapsamaktadır. Üretici açısından üretimin en önemli amacı kârını en yüksek düzeye çıkarmaktır. **Kâr** ise; ürünün satışından elde edilen gelir ile ürünün maliyeti arasındaki olumlu farktır (Besanco ve Braeuringam, 2002). Böylece üretici kârını maksimuma çıkarmak için gerekli üretim düzeyini belirlerken; bir yandan satıştan elde edeceği geliri diğer yandan da üretim maliyetlerinin seyrini bilmek durumdadır. Bir üretimin maliyeti üretim miktarına bağlı olduğu gibi üretim döneminin süresine de bağlı olmaktadır. Bu nedenle üretim maliyetlerini kısa ve uzun dönemde olmak üzere ayrı ayrı incelemek gerekmektedir.

7.1.1. Kısa Dönem Maliyet Eğrileri

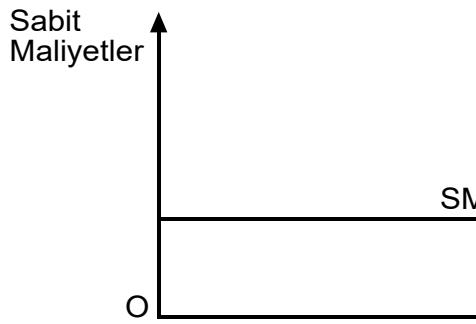
Bu dönemde zaman; firmanın kullandığı bazı faktörleri değiştirmeye imkân vermeyecek kadar kısıdadır. Böylece kısa dönem üretim kapasitesinin ve teknolojinin sabit olduğu, üretimde kullanılan faktörlerin bir kısmının da sabit olduğu buna karşılık sadece değişir faktörün arttırılıp azaltılmasıyla üretim düzeyinin değiştirildiği dönemdir. Yani kısa dönemde firma eksik kapasite ile çalışıyorsa tam kapasiteye çıkılmakte ve üretimini artırmaktadır. Bu doğrultuda kısa dönemde toplam maliyet; sabit ve değişir maliyet toplamından oluşmaktadır.

Sabit Maliyetler: Üretim düzeyine bağlı olmayan, üretim gerçekleşmese bile firmanın katlanmak zorunda kaldığı maliyettir (Çelik, 2012). Örneğin, elektrik, kira, vergi, faiz, sigorta masrafları gibi.

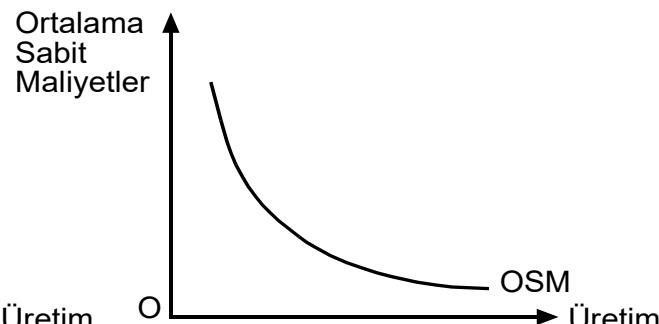
Sabit maliyetler üretim hacminden bağımsız olan maliyetler olduğundan miktar eksenine paralel bir doğru biçimindedir. (Şekil - 64). Toplam sabit maliyetin üretim miktarına bölünmesiyle bulunan maliyete ise **ortalama sabit maliyet** denilmektedir.

$$\text{Ortalama Sabit Maliyet} = \frac{\text{Toplam Sabit Maliyet}}{\text{Üretim Miktarı}}$$

Başka bir ifade ile ortalama sabit parça başına düşen sabit maliyettir. Bu durumda üretimin artması ortalama sabit maliyeti azaltır. Çünkü payın değeri aynı kalırken paydanın değeri gittikçe artmaktadır. (Şekil -65)



Şekil 64.



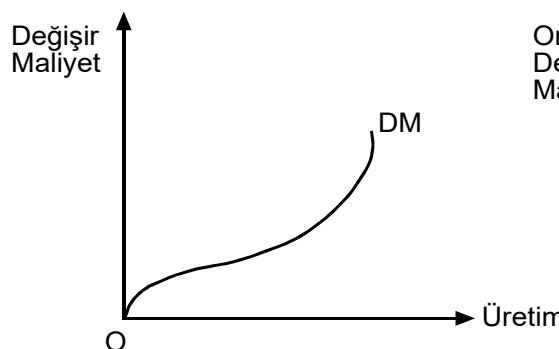
Şekil 65.

Değişir Maliyetler: Üretim düzeyi ile değişen maliyet türüdür. Firmanın üretimini sürdürübilmesi için değişir faktörlere yapılan ödemeleri kapsamaktadır. Üretim yapılmadığı zaman bu maliyetler sıfırdır (Dinler, 2020). Örneğin, üretimde kullanılan hammadde, emek, enerji gibi.

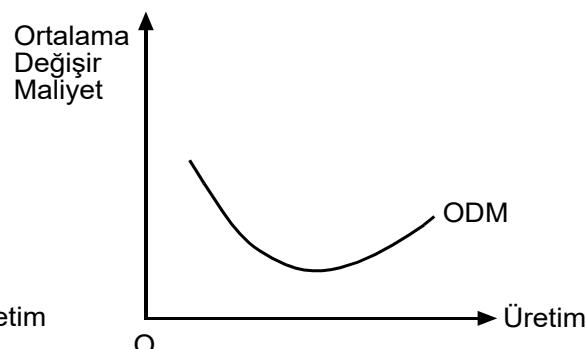
Değişir maliyetler üretimdeki değişimin etkisi altında olduklarından; orijinden başlar ve üretim arttıkça yükselir. (Şekil - 66) Yine toplam değişim maliyetinin üretim miktarına bölünmesi ile elde edilen maliyete **ortalama değişim maliyet** denilmektedir.

$$\text{Ortalama Değişim Maliyet} = \frac{\text{Toplam Değişim Maliyet}}{\text{Üretim Miktarı}}$$

Aynı şekilde ortalama değişim maliyette parça başına düşen maliyet miktarıdır. Ortalama değişim maliyet eğrisi önce azalıp minimuma ulaşır; daha sonra artan bir durum göstermektedir. Bunun nedeni; önce artan verim nedeniyle azalır; daha sonra da azalan verimden dolayı artan oranlarda yükselme göstermesidir (Şekil - 67).



Şekil 66.



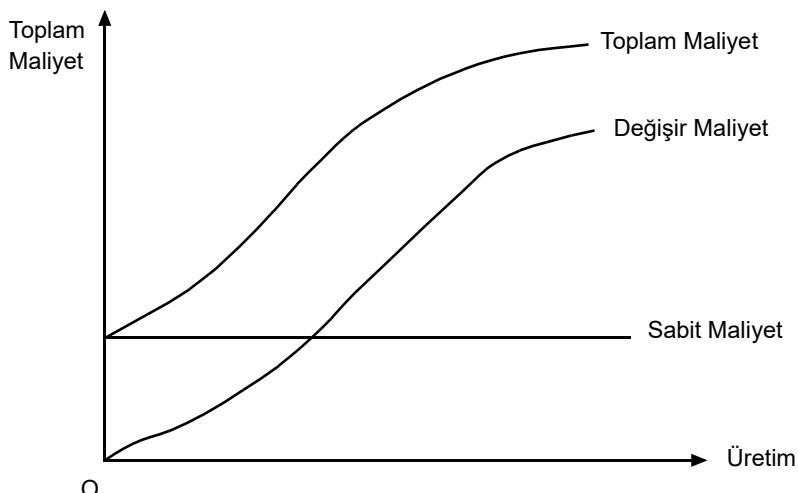
Şekil 67.

Toplam Maliyet: Kısa dönemde firmanın üretimde kullandığı hem sabit hem

de değişir maliyetlerin toplamıdır. Üretim miktarı arttıkça toplam maliyet değişir maliyetlerin seyrine paralellik göstermektedir. Toplam maliyet eğrisi üretimin sıfır olduğu noktada vardır ve burada sabit maliyetlere eşittir. (Şekil - 68). Ortalama toplam maliyet ise toplam maliyet miktarının üretim miktarına bölünmesiyle bulunup; üretimin parça başına düşen toplam maliyet miktarını ifade eder.

$$\text{Ortalama Maliyet} = \frac{\text{Toplam Maliyet}}{\text{Üretim Miktarı}}$$

Toplam maliyet eğrisinin değişir maliyet eğrisi ile paralellik göstermesi; ortalama toplam maliyet eğrisi ile ortalama değişir maliyet eğrisi arasında da benzer durumu yansımaktadır. Bu nedenle ortalama toplam maliyet eğrisi Şekil - 67'deki gibi olmaktadır.

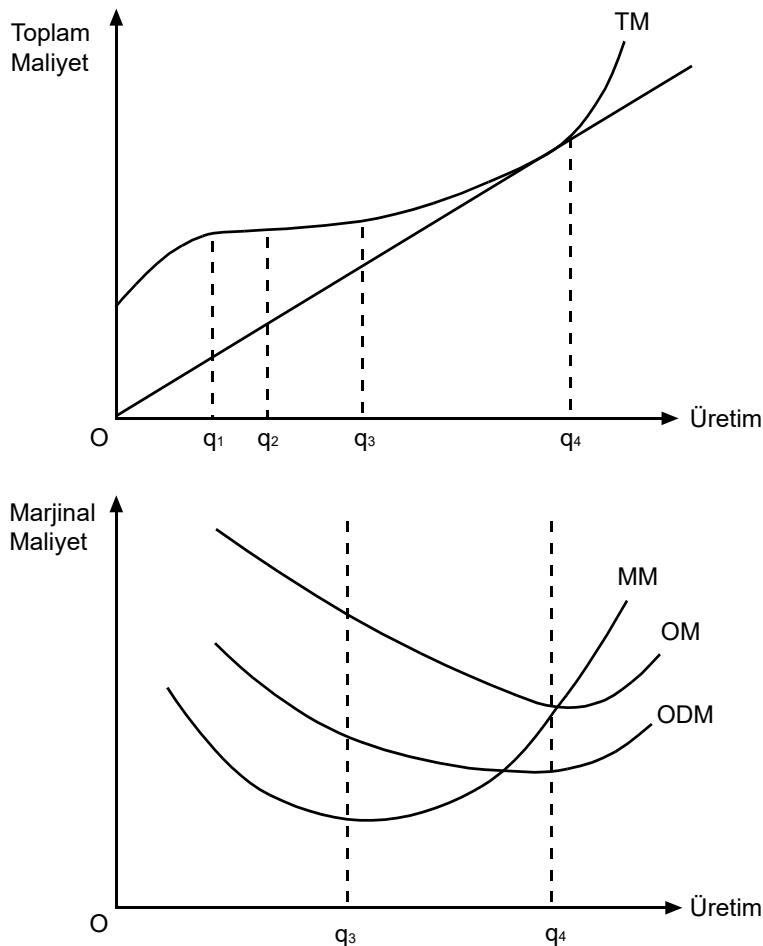


Şekil 68.

Marjinal Maliyet: Üretim miktarında meydana gelen bir değişimin toplam maliyette meydana getirdiği değişimi ifade eden marjinal maliyet üretilen son birim maliyeti olarak da tanımlanmaktadır.

$$\text{Marjinal Maliyet} = \frac{\text{Toplam Maliyetteki Değişim}}{\text{Üretim Miktarındaki Değişim}} = \frac{\Delta \text{TM}}{\Delta Q}$$

Marjinal Maliyet eğrisi üretim miktarı arttıkça önce azalan ve belirli bir üretim düzeyinden sonra artan bir durum göstermektedir. (Şekil - 69)



Şekil 69.

Şekilde; q_3 üretim miktara kadar her ilave birim mal, bir önceki birimden daha düşük maliyetle üretilmiştir. q_3 üretim miktardan sonra üretim miktarı arttıkça her ilave birim malın bir öncekinden daha yüksek maliyetle üretildiği görülmektedir. Toplam maliyet eğrisinin büküm noktası olan q_3 üretim miktardan sonra üretim artışına devam edildiğinde (q_4) marjinal maliyet yükselmektedir. (Ülgen, 2014).

Marjinal maliyet eğrisi ile ortalama maliyet ve ortalama değişir maliyet eğrileri arasında benzerlikler bulunmaktadır. Marjinal maliyet azalırken; ortalama maliyetlerde azalmaktadır (Hall ve Lieberman, 2012). Bunun sebebi; üretilen her yeni birim malın maliyetinin bir öncekine göre daha düşük olmasıdır. Marjinal maliyetler artmaya başlayınca ortalama maliyetlerin azalan etkisi bir süre daha devam etmektedir. Ortalama maliyetin ortalama değişir maliyetin üstünde olmasının sebebi de ortalama maliyyette ortalama sabit maliyetlerin bulunmasıdır.

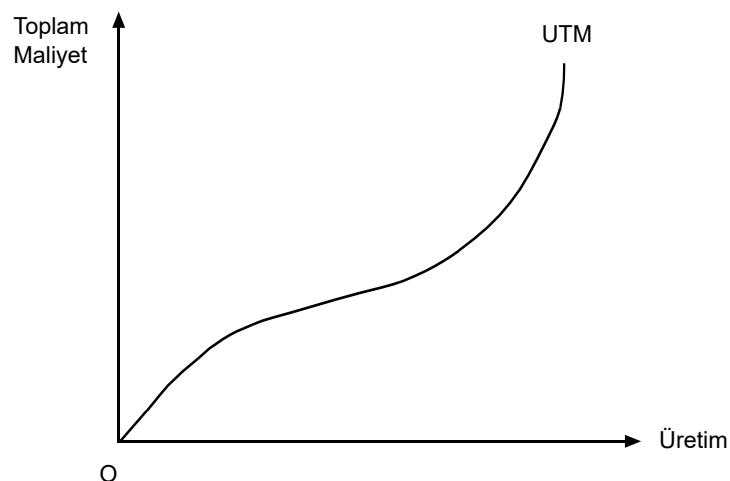
7.1.2. Uzun Dönem Maliyet Eğrileri

Uzun dönemde firma üretimde kullandığı üretim faktörlerini değiştirmek için gerekli zaman süresine sahiptir (Hey, 2003). Bu dönemde sabit faktörler yoktur ve

bütün faktörler degi̇şir durumdadır. Firmanın kullandığı faktörlerin degi̇şimi ile sağlanan üretim artışı kapasite degi̇şiminin sonucudur. Yani üretimde kullanılan ölçek miktarı degi̇ştirilerek üretim artışı sağlanmaktadır. Bu dönemde firmaların genişleme, yeni tesisleri inşa etme veya daha yeni ve etkin makineleri kullanma gibi imkânları bulunmaktadır.

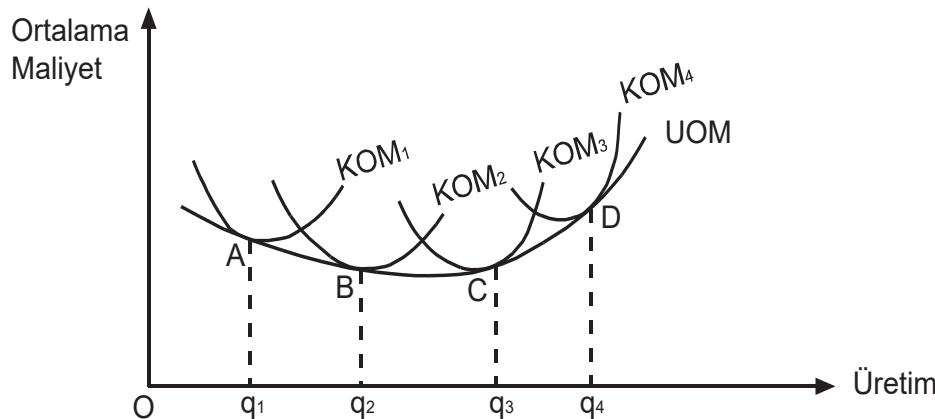
Uzun dönemde bütün maliyetler degi̇şir olduğu için firma bütün üretim faktörlerinde yapabilecegi̇ degi̇şmelerle üretim hacmini ayarlamaktadır. Buna göre toplam degi̇şir maliyet eğrisi ile toplam maliyet eğrisi aynı eğrilerdir. Dolayısıyla uzun dönemde toplam maliyet, ortalama toplam maliyet ve marginal maliyet eğrileri bulunmaktadır.

Toplam Maliyet: Uzun dönemde sabit maliyet söz konusu olmadıgından toplam maliyet eğrisi orijinden başlamaktadır (Kirman ve Laped, 1991). Uzun dönemde toplam maliyet eğrisinin seyri kısa dönem toplam maliyet eğrisinin şecline benzemektedir. (Şekil - 70)



Şekil 70.

Ortalama Maliyet: Toplam maliyetin üretim miktarına bölünmesiyle bulunmaktadır. Uzun dönemde firma yeni fabrika kurma veya kapasitesini artırma imkânına sahiptir. Uzun dönem ortalama maliyet eğrisini kısa dönem ortalama maliyet eğrileri yardımı ile açıklamak mümkündür. (Şekil - 71)



Şekil 71.

Şekilde firmanın kapasitesini dört kez artttığı görülmektedir. Bu artışları yansıtan kısa dönem maliyet eğrileri ise KOM_1 , KOM_2 , KOM_3 , KOM_4 'tür. Uzun dönemde firma, kapasite artırımı sonucu üretim düzeyini yükseltmek isterken; bunu minimum maliyetle gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Örneğin firma üretim düzeyini q_1 'den q_2 'ye getirmek istediginde üretim tesislerini de KOM_2 ölçügine çıkarırken; bunu minimum maliyetle gerçekleştirmektedir.

Uzun dönem ortalama maliyet eğrisi farklı ölçeklere dayanan kısa dönem ortalama maliyet eğrilerine teget olmakta ve bu noktalar (A,B,C,D) her üretimin minimum maliyetlerini göstermektedir. Buna göre kısa dönem ortalama maliyet eğrilerini kavrayan eğri uzun dönem maliyet eğrisi olup; **zarf eğrisi** olarak da adlandırılmaktadır.

Kısa dönem maliyet eğrileri belirli bir üretim miktarının birim maliyetinin minimum olduğunu göstermektedir. Uzun dönem maliyet eğrisi de kısa dönem maliyet eğrilerine tek noktada teget olmakta ve kesinlikle kesmemektedir. KOM eğrisinde hiçbir nokta UOM eğrisinin altında değildir. Buna göre; UOM eğrisi üzerindeki her nokta bütün faktörlerin değişir olması halinde ve belirli bir üretim hacminin elde edilmesinde birim maliyetinin en düşük düzeyde olduğunu belirtmektedir.

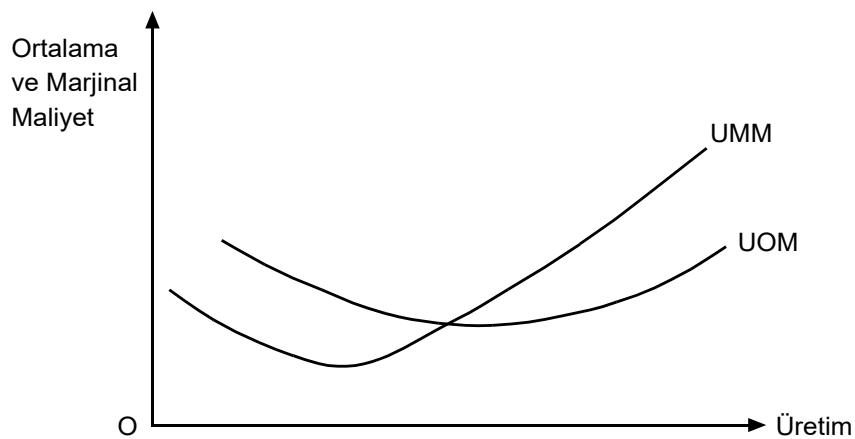
Marjinal Maliyet: Uzun dönem marjinal maliyet; üretim miktarındaki değişme karşısında toplam maliyette meydana gelen değişmedir. Uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin gösterdiği maliyetlerden yola çıkılarak belirlenmektedir (Perloff, 2001). Uzun dönem ortalama maliyet ile marjinal maliyet arasındaki ilişki, kısa dönem ortalama ve marjinal maliyetler arasındaki ilişkinin benzeridir. Tek fark uzun dönemde daha geniş, daha yayvan olmalarıdır. (Şekil - 72)



Anahtar Kavram

Zarf Eğrisi: Matematikte bürüm eğrisi olarak da ifade edilen zarf eğrisi, bir eğri ailesi verildiğinde her noktasında eğriler ailesinin bir eğrisine dokunan eğriyi ifade etmektedir.

İktisatta minimum maliyet ile maksimum üretim düzeyini ifade etmektedir.



Şekil 72.

Şekilde UOM eğrisi azalan bir seyir izlerken; UMM eğrisi düşmektedir. UMM eğrisi artmaya başladığında UOM eğrisini minimum noktasında kesmektedir.

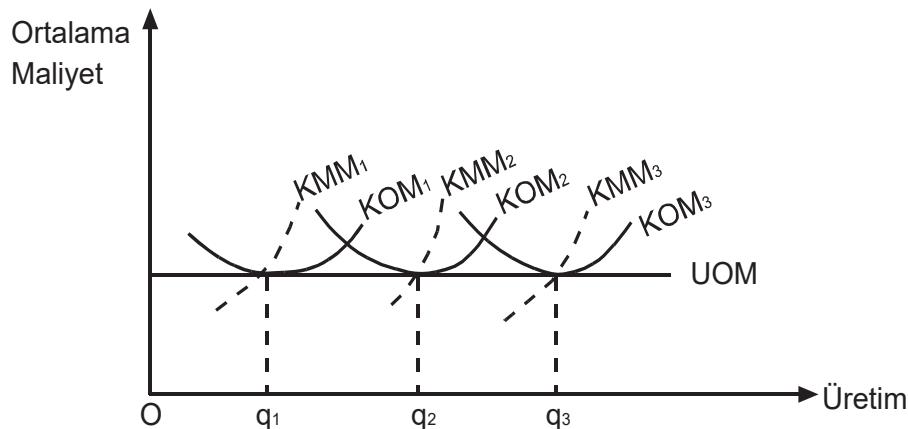
7.1.3. Uzun Dönem Maliyet Eğrileri ve Ölçek Ekonomileri

Uzun dönemde bütün faktörler değişir olduklarıdan firma; minimum maliyetle maksimum kârı sağlayacak üretim planlamasını yapmak için gerekli zaman süresine sahiptir. Buna göre maliyet-üretim ilişkisini ölçek değişiminin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Pindyck ve Rubinfeld, 2009). Uzun dönem ortalama maliyet eğrisi alternatif olanakları belirterek; üretimin artışı karşısında ortalama maliyyetteki etkileri ortaya koymaktadır.

Kısa dönemde ortalama maliyet eğrilerinin uzun dönemde ortalama maliyet eğrisi tarafından kavranması ve hem uzun dönemde ortalama maliyet ve hem de kısa dönemde ortalama maliyet eğrilerinin U biçimini alması farklı nedenlere dayanmaktadır.

Kısa dönemde azalan verim kanunu geçerli olmaktadır. Çünkü bu dönemde üretim faktörlerinin bir kısmı sabit, bir kısmı değişir durumdadır. Buna göre değişir faktörün verimi artarken; ortalama maliyet düşmekte, verimi azalırken ortalama maliyet yükselmekte ve kısa dönemde ortalama maliyet eğrisi daima U şeklinde olmaktadır (Sloman, 2013).

Uzun dönemde ise tüm faktörlerin değiştirilebilmesi sonucunda ölçek değişimi ölçegin verimini de değiştirmektedir. Bu değişimin oluşumu Şekil - 73'de gösterilmektedir.



Şekil 73.

Şekil 71'de firma üretimi q_1 'den q_2 'ye çıkarmak istediginde; sabit ve değişir faktörlerin tümünü artırmakta böylece tesis üretim ölçüğünü KOM_1 'den KOM_2 'ye çıkarmaktadır. Üretim ölçüğindeki artış, ölçeğin getirisini de değiştirmektedir. Önceleri ölçüde göre artan verim söz konusu iken, üretim artışı doğrultusunda gerçekleştirilen ölçek artışı sonucu ölçüde göre azalan verimin olduğu görülmektedir. Şekilde de üretim miktarı q_2 'ye ulaşınca kadar ölçek büyütüldükçe artan verim söz konusu iken; q_2 'den sonra ölçek büyütülmeye devam edilse bile ölçüde göre azalan verimin olduğu görülmektedir.

Ancak her zaman ölçüde göre verimin, üretim ölçüğündeki büyümeye paralel olarak önce artan, sonra azalan bir durum göstermesi gerekmektedir. Bazı durumlarda ölçek artışı karşısında elde edilen verim sabit düzeyde kalmakta ve UOM eğrisi yatay eksene paralel bir doğru şeklini almaktadır (Şekil - 73).

Bir firmanın tesisleri genişleterek, üretim hacmini veya üretim fonksiyonunu değiştirmesi, teknolojik yenilikler getirerek veya dış çevrede meydana gelen maliyet düşürücü faktörlerden yararlanarak verimliliğini artırması; diğer bir ifade ile üretim maliyetlerinin düşürülmesi sonucu elde edilen avantajlar **Ölçek ekonomileri** doğrultusunda gerçekleşmektedir (Sloman, 2014). Ölçek ekonomileri içsel ekonomiler ve dışsal ekonomiler olarak ikiye ayrılmaktadır.

7.1.3.1. İçsel Ekonomiler

Eğer ölçek ekonomileri firma içinde veya firmanın bulunduğu sanayi sektöründe meydana gelmişse içsel ekonomiler olarak adlandırılmaktadır. İçsel ekonomiler iki açıdan değerlendirilmektedir. Birincisi maliyet düşürücü etki sağlayan avantajlar olup, **icsel ekonomiler** olarak tanımlanmaktadır. İkincisi ise maliyet yükseltici etki sağlayan dezavantajlardır ki bunlar da **icsel eksi ekonomiler** olarak ifade edilmektedir (Ülgen, 2014).

İçsel ekonomiler firmaların büyümek, yani daha çok üretmek yoluyla emek ve teçhizatı daha verimli kullanmalarını, pazarlama ve yönetim masraflarını azaltmasını sağlamaktadır.



Anahtar Kavram

Ölçek Ekonomileri: Bir üretim ya da hizmetin daha fazla ya da geniş çaplı gerçekleştirilmesi durumunda birim maliyetinin düşmesi ve maliyet avantajı getirmesi durumudur.

Buna göre firmanın üretim ölçüği arttıkça iş bölümü ve uzmanlaşma artmaka ve ileri teknolojileri kullanmak mümkün olmaktadır. Diğer yandan yönetim avantajı ile parasal avantajlar birim başına maliyetlerde düşmeye neden olacağı için içsel ekonomiler uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin azalan aşamasında oluşmaktadır.

Firmanın üretim ölçüğindeki büyümeye kendisine içsel ekonomilerin avantajlarını sağlarken; bu büyümeye içsel eksik ekonomilerin etkisini de taşımaktadır. Büyümenin sonucunda oluşan bu durum **Parkinson Kanunu** olarak da tanımlanmaktadır. Belirli bir büyümeye ölçüğinden sonra firmada sorunlar karmaşıklığın ve koordinasyon güçlüğü kendini göstermektedir. Uzun dönemde maliyetlerin yükselmesine neden olan bu olumsuz faktörleri aşırı uzmanlaşmanın kötü etkileri ve yönetimin etkinliğini kaybetmesi olarak ifade etmek mümkündür.

7.1.3.2. Dışsal Ekonomiler

Firmanın ölçek değişimi sonucu üretim maliyetindeki değişim içsel ekonomilerin etkisi ile firma içi avantaj ve dezavantajları yansımaktadır. Ancak bir firmanın üretim maliyeti; faaliyyette bulunduğu endüstrinin gelişmesi sonucu ortaya çıkan avantaj ve dezavantajlara bağlı olarak da değişmektedir. Buna göre firma dışı fakat endüstri içi sağladığı kazanç ve kayıplar dışsal ekonomiler olarak tanımlanmaktadır. İçsel ekonomiler gibi dışsal ekonomiler de iki açıdan değerlendirilmektedir. Endüstrinin genel gelişmesine bağlı olarak firma maliyetlerinde düşüş sağlayan dışsal ekonomiler ile bunun sonucunda dışsal ekonomilerin yarattığı kayıplar neticesi maliyet artışları görülmekte ve **dışsal - eksik ekonomiler** olarak ifade edilmektedir (Yaylalı, 2004).

Dışsal ekonomiler; endüstrinin hem faaliyyette bulunan firma sayısı hem de toplam üretim hacmi bakımından gelişip büyümesi sonucunda, bu endüstride faaliyyette bulunan firmalara üretim maliyetlerinde düşüş sağlayacak bazı avantajlar sağlayabilmektedir. Bu avantajları ekonomide en son teknolojik gelişmeler, yönetim sürecindeki yenilikler, iyi nitelikli yöneticiler, kalifiye işçiler olarak saymak mümkündür. (Ülgen, 2014).

Buna göre, bir firmanın ürettiği mal diğer firma üretiminin hammaddesini teşkil edebilmektedir. İçsel ekonomilerin etkisiyle birinci firmanın ürettiği malın maliyetindeki düşme, fiyatının ucuz olmasını sağlamaktadır. Bu malı hamadden olarak kullanan ikinci firma da hammaddesini ucuza aldığından nakdi bir tarsaruf sağlamakla üretim maliyetleri düşük düzeyde kalmaktadır. Yine endüstrinin gelişimi neticesinde firmanın ihtiyacı olan kalifiye elemanları endüstriden temin etmesi önemli avantaj elde etmesini sağlamaktadır. Bunun yanında endüstrinin gelişiminde; kamusal kuruluşlar ile ortak kullanıma yönelik altyapı (yol, su elektrik, haberleşme, sosyal konut) tesislerinin varlığı firmalar için maliyeti düşürücü diğer avantajları yansımaktadır.

Azalan maliyetli endüstriler bu etkiye dışsal ekonomilerden sağlanırken; endüstrinin aşırı derecede genişlemesi bazen maliyet yükseltici etkileri de berabe-

rinde getirmektedir. Endüstrinin bütünüyle genişlemesi sonucunda ortaya çıkan dışsal-eksi ekonomiler öncelikle altyapı yatırımlarını yetersiz hale getirmektedir. Ayrıca firma sayısındaki artış endüstride kullanılan üretim faktörleri talebinin artmasına neden olmaktadır. Faktör talebinin artışı faktör arz esnekliğinin düşük olması nedeniyle faktör fiyatlarını artırmakta, dolayısıyla maliyet yükseltici unsur taşımaktadır. Sonuç olarak, dışsal -eksi ekonomiler özellikle artan maliyetli endüstrilerde görülmektedir.

7.2. Piyasa Dengesi

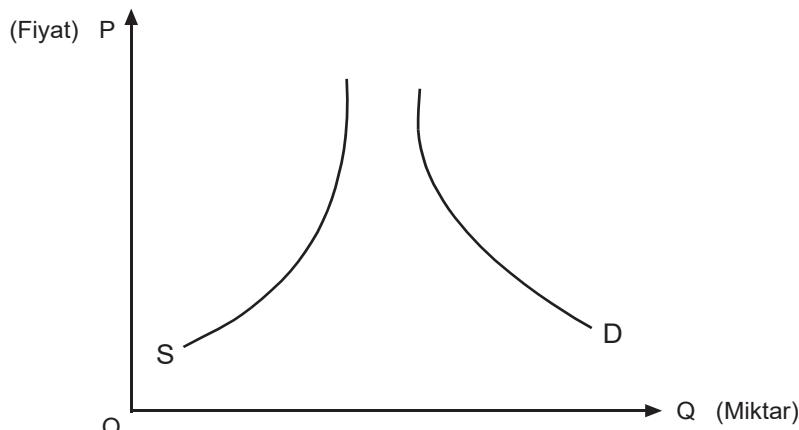
Piyasa, mal ve hizmet karşılığında para vermek isteyen tüketiciler ile para karşılığında mal ve hizmet sunmak isteyen üreticileri karşı karşıya getiren ve fiyatın oluşumunu sağlayan ortamdır. Buna göre piyasa alım ve satım işlemlerine konu olan mal ve hizmetleri arz ve talep edenlerin kararlarını, tercihlerini ve davranışlarını belirleyen bir ortamdır. **Piyasa dengesi** bir malın piyasa fiyatının oluşumunun analizi olup; piyasa fiyatından ne kadar malın piyasaya arz edileceğini ve bu fiyattan malın ne kadarının talep edileceğini ifade etmektedir. (Ülgen, 2019).

Bir mal piyasasında denge koşulu; piyasa talebi ile piyasa arzını birbirine eşit kılan bir fiyatın olması halinde sağlanmaktadır. Bu durum arz ve talep eğrilerinin en az bir ortak noktasının olması ile gerçekleşmektedir. Ancak arz ve talep eğrileri için ortak bir nokta oluşmamakta ise piyasa dengesinden söz etmek mümkün olmamaktadır. (Şekil - 74)



İpucu

Paranın Tanımı konusuna 13. Bölümde yer verilecektir.



Şekil 74.

Piyasa dengesi arz ve talep eşitliği sonucunda belirlenmektedir. Piyasada iktisadi faaliyette bulunanların davranışları zaman zaman farklılık göstermektedir. Bu nedenle dengenin varlığı, bu dengeye mutlaka ulaşılacağı anlamına gelmemektedir. Böylece tüketici tercihlerindeki bir değişiklik talep eğrisini değiştirirken; üretimde yapılacak yenilik de arz eğrisinin konumunu değiştirebilmektedir.

Denge bozulduğunda ortaya çıkan fiyat; denge fiyatından farklı bir durum göstermektedir. Bozulan denge durumundan tekrar denge durumuna ulaşılıyorsa

istikrarlı veya kararlı denge, yeniden dengeye ulaşmak mümkün olmuyorsa istikrarsız ve kararsız denge durumu oluşmaktadır.

Piyasada denge bozulduktan sonra ortaya çıkan fiyat denge fiyatının üst veya alt seviyelerinde oluşabilir. Fiyat denge fiyatının üst seviyesinde ise üreticilerden bazıları mal fiyatlarını düşürebilmektedir. Fiyat denge fiyatının altında ise bu sefer de tüketicilerden bir kısmı piyasada mal için ödeyecekleri fiyatları yükseltmektedir. Burada gerek üreticilerin gerekse tüketicilerin yapmış oldukları davranış bir çeşit piyasayı düzeltme işlevidir.

Piyasa dengesine ilişkin bu düzeltme süreci zaman boyutu dikkate alınmak sizin sadece bozulan dengenin yönü ve niteliğine ilişkin bir belirleme ise **statik çözümleme** olarak ifade edilmektedir. Piyasa dengesi zaman boyutu göz önünde tutularak yani fiyatın zaman içindeki dalgalanmasına dayanmakta ise **dinamik çözümleme** olarak tanımlanmaktadır. Buna göre statik çözümleme yalnızca piyasada ortaya çıkan düzenlemenin yönü ile ilgilenmekte; dinamik çözümleme ise dönemler arasında ortaya çıkan düzenlemenin büyüklüğü ile ilgilenmektedir.

7.3. Piyasa Şekilleri

Piyasalar alıcı ve satıcıların durumlarına bağlı olarak veya bazı ortak nitelik ve ölçülere dayandırılarak çeşitli şekillerde grupperlendirilmektedir. Bu ölçüler alıcı ve satıcı sayısı, malın homojenliği ve firmaların piyasaya giriş-çıkış serbestliği olarak üç şekilde grupperlendirmek mümkündür. Bazı piyasalarda alıcı ve satıcılar çok sayıda olabilmekte ve bunların her biri fiyatı veri olarak kabullenmektedir. Alıcı ve satıcıların fiyatları etkileyemedikleri piyasaya türüne **tam rekabet piyasaları** adı verilmektedir. Bunun dışında rekabetin çeşitli sebeplerle aksaması sonucu ortaya çeşitli eksik rekabet piyasaları çıkarken; tek satıcının fiyatı ve satış koşullarını belirleyip; alıcıların da bunları kabullenmek zorunda oldukları piyasalara **monopol piyasaları** denilmektedir, büyük firmalar arası rekabetin çeşitlerini içeren **monopolcü rekabet piyasaları** da söz konusu olmaktadır. Eksik rekabet piyasalarında; alıcı sayısının çokluğuna karşı satıcı sayısı iki ise **duopol**, ikiden fazla ise **oligopol** olarak tanımlanmaktadır.

Ayrıca satıcıların çok sayıda olmasına karşı bir alıcı var ise **monopson**, iki alıcı var ise **düopson**, ikiden fazla alıcı var ise **oligopson** olarak tanımlanan piyasa türleri bulunmaktadır. Hem alıcı hem de satıcının bir tane olduğu piyasa türüne ise **iki yanlı (bilateral) monopol** denilmektedir. (Ülgen, 2014).



İpucu

Tam Rekabet Piyasa Tanımı konusuna 8. Bölümde yer verilecektir.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * Üretim kapasitesinin ve teknolojinin sabit olduğu, üretimde kullanılan faktörlerin bir kısmının da sabit olduğu buna karşılık sadece değişir faktörün arttırılıp azaltılmasıyla üretim düzeyinin değiştirildiği dönem kısa dönemdir. Kısa dönemde; **sabit, değişir** ve **toplam maliyetler** ile **marjinal maliyet** yer almaktadır.
- * Firmanın üretim Uzun dönemde de kullandığı tüm üretim faktörlerini değiştirmek için gerekli zaman süresine sahip olduğu dönem uzun dönemdir. Uzun dönemde tüm faktörler değişir durumdadır. Bütün maliyetler değişir olduğu için firma bütün üretim faktörlerinde yapabileceği değişimelerle üretim hacmini ayarlamaktadır. Uzun dönemde de toplam maliyet, ortalama toplam maliyet ve marjinal maliyet olmak üzere dört maliyet bulunmaktadır.
- * Ölçek ekonomileri **İçsel ekonomiler** ve **Dışsal ekonomiler** olarak ikiye ayrılmaktadır. Bir firmanın tesisleri genişleterek, üretim hacmini veya üretim fonksiyonunu değiştirmesi, teknolojik yenilikler getirerek veya dış çevrede meydana gelen maliyet düşürücü faktörlerden yararlanarak verimliliğini artırması; diğer bir ifade ile üretim maliyetlerinin düşürülmesi sonucu elde edilen avantajlar ölçek ekonomileri doğrultusunda gerçekleşmektedir.
 - * **İçsel ölçek ekonomileri** firma içinde veya firmanın bulunduğu sanayi sektöründe meydana gelmektedir. İçsel ekonomiler iki açıdan değerlendirilmektedir. Birincisi maliyet düşürücü etki sağlayan avantajlar olup, içsel ekonomiler olarak tanımlanmaktadır. İkincisi ise maliyet yükseltici etki sağlayan dezavantajlardır ki bunlar da **İçsel eksi ekonomiler** olarak ifade edilmektedir.
- * **Dışsal ekonomiler** firma dışı fakat endüstri içi sağladığı kazanç ve kayıplar olarak tanımlanmaktadır. Dışsal ölçek ekonomileri de iki açıdan değerlendirilmektedir. Endüstrinin genel gelişmesine bağlı olarak firma maliyetlerinde düşüş sağlayan **Dışsal ekonomiler**, ile bunun sonucunda dışsal ekonomilerin yarattığı kayıplar neticesi maliyet artışları görülmekte ve **dışsal - eksi ekonomiler** .
- * **Piyasa**, mal ve hizmet karşılığında para vermek isteyen tüketiciler ile para karşılığında mal ve hizmet sunmak isteyen üreticileri karşı karşıya getiren ve fiyatın oluşumunu sağlayan ortamdır. **Piyasa dengesi** bir malın piyasa fiyatının oluşumunun analizi olup; piyasa fiyatından ne kadar malın piyasaya arz edileceğini ve bu fiyattan malın ne kadarının talep edileceğini ifade etmektedir.

Kaynakça

Besanko, D. ve Braeuringam, R. R. (2002). *Microeconomics: An Integrated Approach*. New York: John Wiley.

Çelik, T. (2012). *Mikro İktisat*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.

Dinler, Z. (2020). *Mikro Ekonomi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Hall, R. E. ve Lieberman, M. (2012). *Microeconomics Principles and Applications*. Boston: Cengage Learning.

Hey, J. D. (2003). *Intermediate Microeconomics*. New York: McGrawHill.

Kirman, P. K. ve Lapiède, A. (1991). *Microeconomics*. Paris: PUF.

Perloff, J.M. (2001). *Microeconomics*. Boston: Addison Wesley.

Pindyck, R. ve Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomics*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Sloman J. (2013). *Mikro İktisat*. (A. Çakmak, Çev.). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Sloman, J. (2014). *İktisat Makro*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Ülgen, G. (2014). *Mikro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Türkmen Kitabevi 7.baskı

Yaylalı, M. (2004). *Mikro İktisat*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

Bölüm Soruları

- 1. Üretim faktörlerinden sadece bir tanesinin değiştilmesine olanak sağlayan döneme ne ad verilir?**
 - A) Kısa dönem
 - B) Çok kısa dönem
 - C) Orta dönem
 - D) Uzun dönem
 - E) Piyasa dönemi
- 2. Bütün girdilerinin miktarlarının değiştirilebileceği dönem aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) Piyasa dönemi
 - B) Kısa dönem
 - C) Uzun dönem
 - D) Çok kısa dönem
 - E) Pazar dönemi
- 3. Değişir maliyetler toplamının üretim miktarına bölünmesi ile elde edilen maliyet kavramı aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) Marjinal maliyet
 - B) Ortalama toplam maliyet
 - C) Ortalama sabit maliyet
 - D) Ortalama değişir maliyet
 - E) Sabit maliyet
- 4. Aşağıdakilerden hangisi sabit maliyetlere bir örnek verilemez?**
 - A) Fabrikanın kirası
 - B) İşçi ücretleri
 - C) Belediye harçları
 - D) Bina ve arazi vergileri
 - E) Amortismanlar
- 5. Firmanın birim üretim başına düşen maliyetine ne ad verilir?**
 - A) Ortalama toplam maliyet
 - B) Ortalama sabit maliyet
 - C) Ortalama değişken maliyet
 - D) Marjinal maliyet
 - E) Toplam maliyet
- 6. Kısa dönem ortalama maliyet eğrisinin U biçiminde olmasının nedeni aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) Ölçeğe göre artan ve azalan verimler
 - B) Ölçeğe göre artan ve sabit verimler
 - C) Sabit marjinal verimler kanunu
 - D) Sabit ve artan marjinal verimler kanunu
 - E) Artan ve azalan marjinal verimler kanunu
- 7. Ölçek ekonomileri söz konusu olduğunda aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?**
 - A) Uzun dönem ortalama maliyet düşer
 - B) Uzun dönem ortalama maliyet artar
 - C) Kısa dönem ortalama maliyet artar
 - D) Kısa dönem ortalama maliyet düşer
 - E) Kısa dönem ortalama maliyet değişmez
- 8. Aşağıdakilerden hangisi firma dışı fakat endüstri içi kazanç durumunu ifade etmektedir?**
 - A) İçsel ekonomiler
 - B) İçsel-eksi ekonomiler
 - C) Dışsal ekonomiler
 - D) Dışsal-eksi ekonomiler
 - E) Artan maliyetli endüstri

9. Piyasa denge koşulu hangi durumda oluşmaktadır?

- A) Arz ve talebin birbirine eşit olması
- B) Talebin arzdan fazla olması
- C) Arzın talepten fazla olması
- D) Arz ve talep edenlerin kararları doğrultusunda
- E) Arz ve talebin eşit olmaması

10. Denge fiyatına ilişkin aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlışdır?

- A) Arz ve talep miktarının eşitlendiği fiyattır
- B) Arz fazlalığı yoktur
- C) Talep fazlalığı yoktur
- D) Piyasada mal darlığı vardır
- E) Denge fiyatından mal satın almak isteyen herkes mal alabilir

Cevap Anahtarı

1. A	2. C	3. D	4. B	5. A
6. E	7. A	8. C	9. A	10. D



8. TAM REKABET PİYASALARI

“Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler.”

Adam Smith



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Tam rekabet piyasalarında piyasaya giriş çıkış serbestisi olması çok sayıda firmanın var olmasının, mal fiyatı ve mal miktarı açısından şeffaf piyasanın önemini kavrayabilir.
- Firmaların hem kısa hem de uzun dönemde maliyetlerin gelire eşit olduğu noktada dengeye geldiğini anlayabilir.
- Tam rekabette farklı maliyetlere sahip firmaların denge koşullarını öğrenebilir.

Başlamadan Önce

Bir önceki bölümde giriş yapılan piyasa şekilleri konusu ile bağlantılı olarak tam rekabet piyasaları ele alınacaktır. Çok sayıda satıcıya karşı çok sayıda alıcının bulunduğu tam rekabet piyasalarının tanımı, şartları ve giriş koşulları açıklanacaktır. Bu piyasadaki firmaların elde ettikleri toplam, ortalama ve marjinal gelirler anlatılacaktır. Kısa dönemde toplam gelir toplam maliyet ile marjinal gelir marminal maliyet yaklaşımına göre denge koşulları incelenirken, homojen ürün satan firmaların maliyet yapılarının farklı olması ile karlılık durumlarının da farklı olması nedeniyle normal kar, aşırı kar ve zarar durumları grafik yardımı ile inceleneciktir.

Birlikte Düşünelim

1. Bir firma tam rekabet piyasasında faaliyette bulunduğuanda mal fiyatını belirlemesi mümkün müdür?
2. Tam rekabet piyasasında bulunan firma hangi koşulda üretim miktarını artırmaktadır?
3. Tam rekabet piyasalarının toplumsal etkileri nelerdir?



Anahtar Kavram

Firma: Sözlükte tüzel kişiliği olan ya da olmayan bir ekonomik etkinlik birimi olarak ifade edilen firma kavramı, iktisatta üretimi gerçekleştiren iktisadi karar birimini ifade etmektedir.

8.1. Tam Rekabet Piyasa Tanımı

Genel olarak rekabet ifadesi ile iki veya üç rakip **firmanın** piyasada avantaj sağlama için aralarında yaptıkları mücadele anlaşılmaktadır. Ancak bu rekabet düşük seviyede gerçekleşecektir. Buna karşın piyasada çok sayıda firma olduğunda yeterince rekabet olmakta, firmanın satacağı mallar için piyasa fiyatını etkilemesi mümkün olmamaktadır. Buna göre firmalar fiyatı kabul edicidir. Bu durum tüketiciler için de geçerli olmakta, piyasa fiyatının satın alacağı mal miktarından etkilenmeden onlar da fiyat kabul edicidirler (Bocutoğlu ve Berber, 2016). Örneğin, büğday ve mısır üreticileri fiyat kabul edici olup, tam rekabet piyasalarına örnek verilebilir.

Tam rekabet piyasaları alıcılar, satıcılar ve faktör sahipleri arasındaki ilişkilerde rekabetin tam olduğu ve piyasalara giriş-çıkışın engellenmediği özel bir piyasa türüdür. Tam rekabet piyasasında fiyat kişisel etkilerden bağımsız olarak arz ve talep tarafından belirlenmektedir. Tam rekabet piyasasının gerçekleşmesi için piyasaların belirli şartları taşıması veya bazı koşullara sahip olması gerekmektedir.

8.2. Tam Rekabet Koşulları

- **Sonsuz sayıda alıcı ve satıcı vardır.** Alıcı veya satıcılar tek başlarına piyasada oluşan fiyatı etkileyememektedirler. Buna göre iktisadi birimler arasında rekabetin tam olabilmesi doğrultusunda bu birimlerin sayılarının; birbirlerinin davranışlarına ve piyasada arz ve talep koşullarına göre oluşan fiyat etki edemecek kadar çok olmasını gerektirmektedir (Bocutoğlu ve diğerleri, 1998). Böylece fiyat veri olarak kabul edilmekte olup; firmalar bu fiyattan piyasaya istedikleri kadar mal getirme ve satma imkânına sahiptirler.

- **Firmaların ürettiği mallar homojen yani birbirinin aynıdır.** Tüketicilerin çeşitli firmaların malları arasında tercih yapması söz konusu olamamaktadır. Çünkü piyasada ihtiyaca cevap verecek olan tüm malların teknik karakterleri aynı olup; aralarında kalite veya nitelik yönünde fark bulunmadığından fiyatları aynıdır. Bu nedenle satılan mallar birbirlerinin yerini tam olarak ikame edebilmektedir.

- **Tam rekabete piyasalarında alıcılar ve satıcılar piyasa hakkında tam bir bilgiye sahiptirler.** Piyasadaki faaliyetlerin açıklık içinde gerçekleşmesi alıcı ve satıcıların birbirlerinin davranışları ve mal, hizmet ile faktör fiyatları hakkında bilgi sahibi olmalarını mümkün kılmaktadır. Böylece herkes mal, hizmet, faktör fiyatları ile kalite, üretim düzeyi ve diğer tüm piyasa şartları hakkında tam bir bilgiye sahiptir.

- **Alıcılar ve satıcılar çıkarlarını maksimuma çıkarmak için rasyonel (akılcı) davranışırlar.** Satıcıların amacı maksimum kâr iken, alıcıların amacı maksimum fayda sağlamaktır. Satıcılar fiyatı veri olarak alıp; masraflarını göz önünde tutarak optimum üretim düzeyini belirlemek durumundadır. Alıcılar da sınırlı gelirleri ile mümkün olduğu kadar çok mal ve hizmet satın alarak faydalarnı artırmak istemektedir. Böylece hem alıcılar hem de satıcılar rasyonel davranışıp, herkes kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmektedir.



Görsel 9. Koşullar.

- **Piyasaya giriş çıkış serbesttir.** Üretim faktörleri tam bir **mobiliteye** (aklıcılığa) sahiptir. Her firma istediği üretim alanında faaliyette bulunabilme, istediği yerde fabrikasını kurabilme, malını istediği miktarda üretebilme serbestisine sahiptir. Piyasada mevcut firmalar yeni firmaların üretim alanına girmelerine engel olamayacakları gibi isteyen firmalar da diledikleri anda piyasayı terk edebilmektedir.

Ayrıca gerek emek gerekse diğer üretim faktörleri bir kullanım alanından diğerine serbestçe geçebilmekte, en iyi kullanım alanını tercih edebilmektedir. Firmalar hammaddeleri istedikleri yer ve alanlardan kolayca elde edebilmektedir. (Ülgen, 2019). Burada ifade edilmesi gereken bir konu da üretim faktörlerinin bir üretim alanından diğerine geçmesi yani mobilitesi için belirli bir zamana ihtiyaç duyulması hususudur.



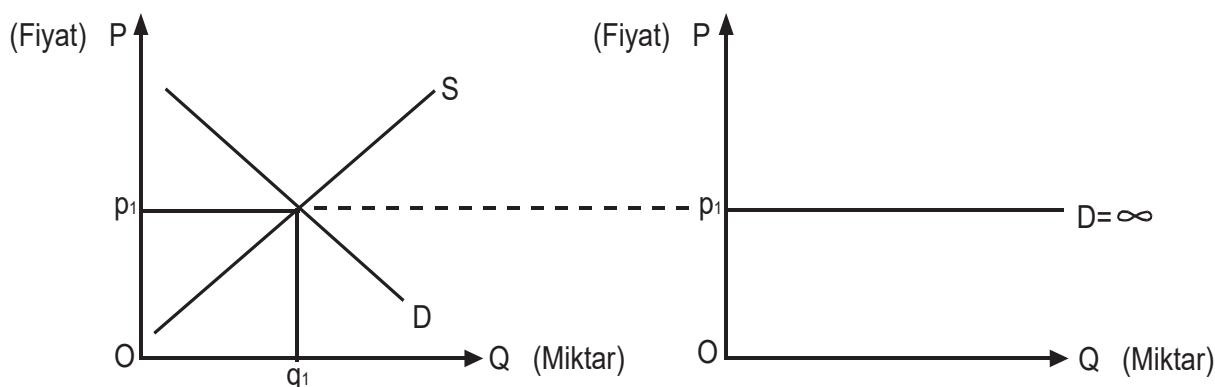
Anahtar Kavram

Mobilite: Akıcılık olarak da ifade edilen bu kavram, mal ve üretim faktörlerinin dolaşımının serbestliği anlamına gelmektedir.

8.3. Firma Gelirleri

Firma malının satılması sonucu bir gelir elde etmektedir. Firma geliri satışa sunduğu malın miktarı ile fiyatının çarpımına eşittir (Çelik, 2012). Buna göre firmanın gelirini belirleyebilmesi için öncelikle malın fiyatını başka bir ifade ile malına olan talep miktarını bilmesi gerekmektedir. Bir firmanın malına yapılan talep ile piyasa talebi birbirinden farklıdır.

Bilindiği üzere piyasa talebi çok sayıdaki alıcının diğer koşullar değişmemek kaydıyla hangi mallardan ne kadar alacağını gösteren fiyatla talep arasındaki ters oranlı ilişkiden dolayı negatif eğimli bir eğri biçimindedir. Oysa tam rekabet piyasasında çok sayıda alıcı ve satıcı vardır ve hiçbir fiyati etkileyememektedir. (Ülgen, 2019). Bu nedenle firma fiyatı veri olarak kabul etmek durumunda olduğundan ve üretecildiği kadar malı satabileceğinden karşı karşıya olduğu talep eğrisi yatay eksene paralel bir doğru biçiminde olmaktadır. (Şekil - 75)



Şekil 75.

Şekilde piyasa arz ve talebinin belirlediği fiyat düzeyi P_1 olup; firma bunu veri olarak kabul etmek durumundadır. Firma üreteceği malların hepsini bu fiyattan satacağından talep eğrisi yatay eksene paralel esnekliği sonsuz bir doğru biçiminde olmaktadır. Bir firmanın tek başına fiyat etkilemesi söz konusu olamayacağından üretimini bu fiyatla göre belirlemek durumundadır.

Tam rekabet piyasasında firmanın üç tür geliri vardır.

1- Toplam Gelir: Firmanın sattığı mala ödenen para miktarı olup; mal miktarı ile fiyatın çarpımına eşittir.

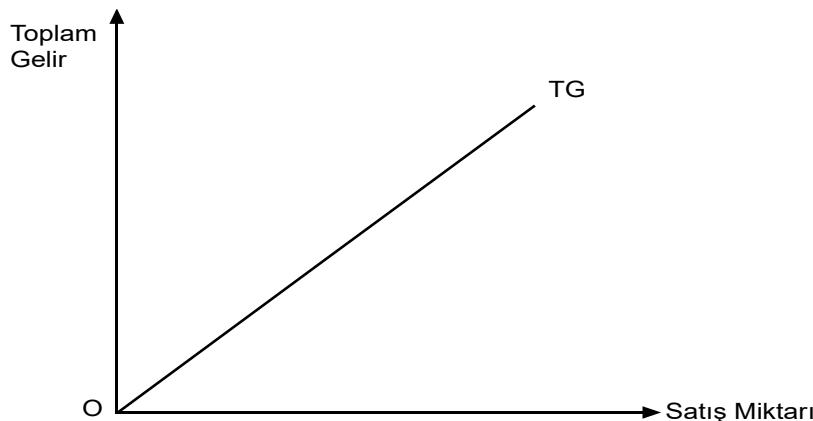
$$TG = P \times Q$$

Tam rekabet piyasasında faaliyette bulunan firma fiyatı etkileyemediği için fiyatın toplam gelir üzerinde herhangi bir etkisi yoktur. Toplam gelir ancak miktarlardaki değişimlerden etkilenmektedir. Firmanın toplam gelir eğrisi fiyat veri olduğuna göre orijinden çıkan bir doğru şeklinde olmakta ve satış arttıkça toplam gelir düzeyi de yükselmektedir. (Şekil - 76)



İpucu

Fiyat istikrarı konusuna 14. Bölümde yer verilecektir.



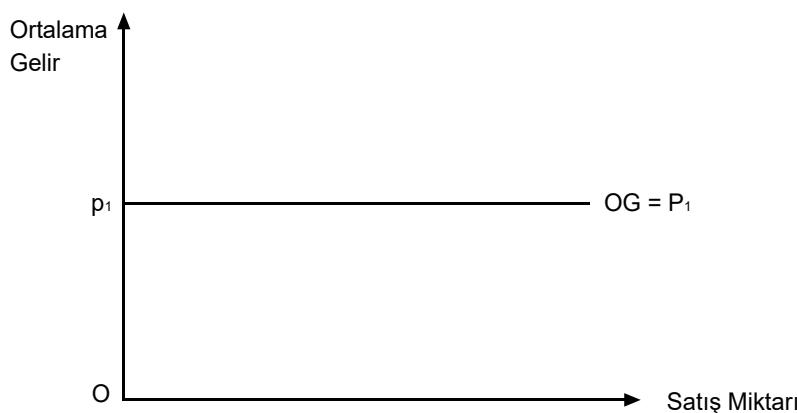
Şekil 76.

Toplam gelirin orijinden başlamasının sebebi üretim sıfır iken yani hiç satış yapılmadığı zaman toplam gelirin de sıfır olmasındandır (Çiçek, 2017).

2- Ortalama Gelir: Toplam gelirin satılan mal miktarına bölünmesi ile elde edilen ortalama gelir aynı zamanda fiyat eşittir. (Şekil-77)

$$OG = \frac{TG}{Q} = \frac{P \times Q}{Q}$$

$$OG = P$$



Şekil 77.

Birim başına düşen gelir miktarını yansıtan ortalama gelir, birimin fiyatına eşit olduğuna göre ortalama gelir eğrisi de fiyatın belirlediği seviyede tam esnek yatay bir doğru olmakta ve firmaya ait talep doğrusunun aynısı durumuna gelmektedir.

3- Marjinal Gelir: Firmanın satışında bir birimlik bir değişmenin toplam gelirde meydana getirdiği değişim oranıdır.

$$MG = \frac{\Delta TG}{\Delta Q}$$

Fiyat veri olduğuna ve firmanın fiyatına herhangi bir etkisi olamayacağına göre; malının hepsini aynı fiyattan satan firmanın talep eğrisi, ortalama gelirin yanı sıra marjinal gelirin de fiyatına eşit tam esnek bir doğru şeklinde olmasına neden olmaktadır (Şekil - 77). Çünkü satılan her bir birim malın fiyatı sabit olduğundan ve firmanın sattığı her ilave birim maldan eşit miktarda gelir elde edileceğinden marjinal gelir de her üretim düzeyinde sabit olmakta; miktar eksene paralel bir doğru şeklinde oluşmaktadır (Dinler, 2020).

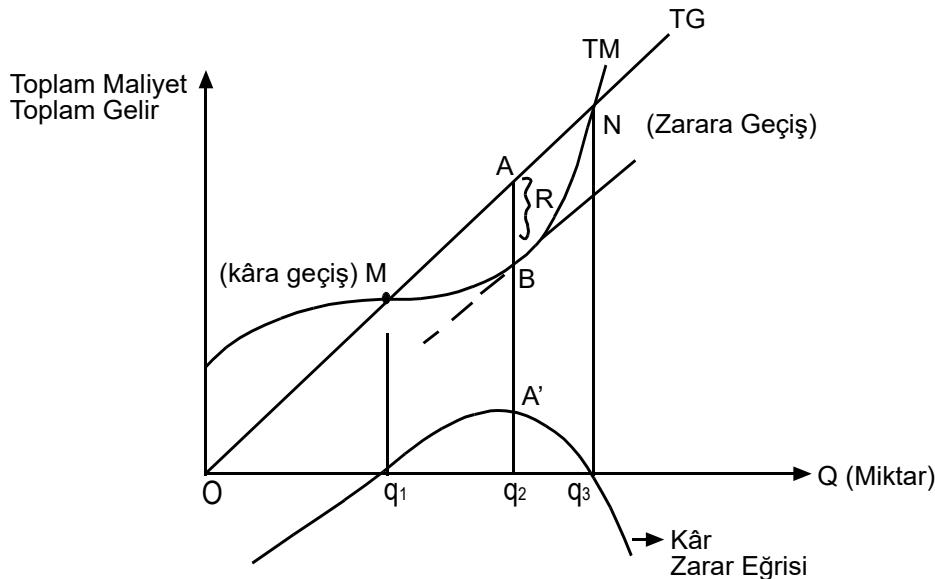
8.4. Kısa Dönem Firma Dengesi

Fiyatın veri olarak kabul edildiği tam rekabet piyasasında bir firmanın üretim ile ilgili kararlarını belirlemesi belirli bir zamanı gerektirmektedir. Bu doğrultuda firmanın davranışları ve piyasa ile ilişkileri önce kısa dönem açısından daha sonra uzun dönem açısından ele alınacaktır.

Bilindiği üzere kısa dönemde firma üretim kapasitesini değiştirecek zaman süresine sahip değildir. Bu nedenle kısa dönemde firmanın üretim faktörleri de sabit olduğundan, değişim faktörlerden daha az veya çok kullanarak belirlendiği üretim kapasitesi sınırları dâhilinde üretim miktarını değiştirebilecektir. Bu doğrultuda firmanın üretim kararlarında hedef kârı arttırıp, zararı asgari seviyeye indirmektir (Hall ve Lieberman, 2012). Kısa dönemde tam rekabet piyasasındaki firma dengesi ilk önce toplam gelir ve toplam maliyet; ikinci olarak marjinal gelir ve marjinal maliyet yaklaşımı ile olmak üzere iki ayrı yöntemle incelenecaktır.

8.4.1. Toplam Maliyet - Toplam Gelir Yaklaşımı

Önceki konularımızda da belirtildiği üzere, bir firmanın kârı toplam geliri ile toplam maliyeti arasındaki pozitif farktır (Krugman ve Robin, 2009). **Firmanın toplam geliri toplam maliyetinden büyük ise firma kâr etmekte; toplam geliri toplam maliyetinden düşük ise firma zarar etmektedir.** Böylece firma karın en yüksek olduğu noktada dengeye gelmektedir. Kârin maksimum düzeyi toplam gelir ile toplam maliyet arasındaki farkın en fazla olduğu üretim düzeyidir (Şekil - 78).



Şekil 78.

Şekilde firma q_1 üretim düzeyine kadar zarar etmektedir. Çünkü toplam maliyeti toplam gelirinden büyüktür. M noktasında toplam maliyet toplam gelire eşit olmakta ve bu noktada firma ne kâr ne de zarar etmektedir. Bu noktaya aynı zamanda başa baş noktası da denilmektedir. q_1 üretim düzeyinin üzerine çıkıldığında toplam gelir eğrisi toplam maliyet eğrisinin üzerinde seyredençinden, firma kâr elde etmektedir. Bu durum q_3 üretim düzeyine kadar devam etmekte olduğundan firma denge üretim hacmini q_1 ile q_3 arasındaki üretim düzeylerinde belirlemektedir. Böylece firmanın kârını maksimum kıldığı nokta toplam gelir ile toplam maliyet arasındaki farkın en fazla olduğu q_2 üretim düzeyidir. q_2 üretim düzeyindeki AB aralığı maksimum kâr düzeyini belirtmektedir.

$$AB=R= TG - TM$$

N noktası da başa baş noktasıdır. q_3 üretim düzeyinin üzerine çıkıldığında firma zarar etmeye başlayacaktır. (Ülgen, 2014). Çünkü N'den sonra da toplam maliyet toplam gelirin üzerinde seyretmektedir. Bu yüzden N noktası zarara geçiş noktası olmaktadır.

Farklı üretim düzeylerinde firmanın kârlılık düzeyini kâr-zarar eğrisi ile de açıklamak mümkündür. Burada da firma q_1 üretim düzeyine kadar zararlıdır. Firma q_1 ve q_3 üretim düzeyleri arası kâr etmeye olup; maksimum kâr q_2 üretim düzeyinde gerçekleşmektedir. Bu denge üretim düzeyinde maksimum kâr aralığı da Aq_2 kadardır ve AB aralığı ile Aq_2 aralığı birbirine eşittir.

8.4.2. Marjinal Maliyet - Marjinal Gelir Yaklaşımı

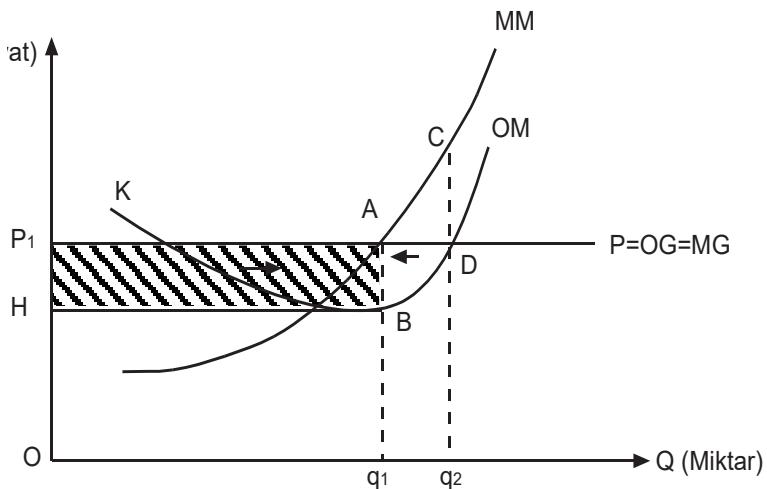
Firmanın kârını maksimuma çıkaracak kısa dönem denge düzeyini marjinal maliyet ve marjinal gelir eğrileri yardımı ile de açıklamak mümkündür. Bilindiği



Hatırlatma

Kısa ve Uzun Dönem Üretim Maliyetleri konusuna 7. Bölümde yer verilmiştir.

gibi tam rekabet piyasalarında fiyat firmalar için veri olmakta ve hem ortalama gelir hem de marginal gelir eğrileri yatay eksene paralel, talep tam esnek ve fiyat düzeyine eşittir. Bu koşullar altında firma açısından en kârlı üretim düzeyinin belirlenmesi; marginal gelir ve marginal maliyet arasındaki ilişkiye bağlı olmaktadır. Denge koşulu ise marginal maliyet marginal gelir eşitliğidir. (Şekil - 79)



Şekil 79.

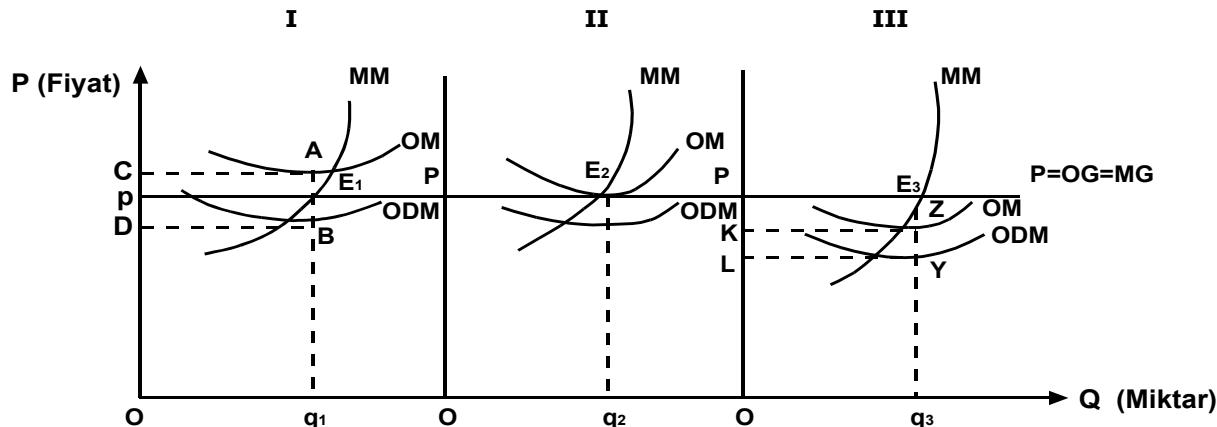
Şekilde firma $MM = MG$ eşitliğinin sağlandığı A noktasında dengeye gelmektedir. Burada q_1 kadar üretim P_1 fiyatından satıldığında firma kârı maksimum olmaktadır. Zira bu üretim düzeyinde ortalama gelir Aq_1 , ortalama maliyet ise Bq_1 kadar olup; AB miktarı kadar kâr vardır. Kâr alanı P_1ABH yüzeyi kadardır. Marginal gelirin marginal maliyetten büyük olduğu durumda kârı artırmak için üretimi artırmak mümkündür. Çünkü birimin yüklediği maliyet, birimin yüklediği gelirden düşüktür.

Tersi durumunda marginal maliyet marginal gelirden büyük olduğunda (Şekilde C noktası) üretimi azaltmak gerekmektedir. (Ülgen, 2019). Çünkü birimin yüklediği maliyet birimin sağladığı gelirden büyük olmakta ve firma zarar etmektedir.

Şu hâlde marginal maliyet marginal gelir eşitliğinde firmaya maksimum kâr sağlayacak üretim düzeyi oluşmakta ve firma tam rekabette dengeye gelmektedir.

8.4.3. Maliyet Farkları ve Firma Dengesi

Tam rekabet şartlarının bulunduğu piyasa yapısında fiyatın veri olmasına karşın firmaların maliyet yapıları farklılıklar göstermektedir. Maliyet yapılarının farklı olması firmaların kârlılık durumlarının da farklı olmasına neden olmaktadır (Krugman ve Wells, 2012). Firmaların bir kısmı normal kâr ederken; bir kısmı aşırı kâr elde etmekte hatta bazen firmalar zarar bile etmektedirler. Tek fiyat karşısında kalan ve farklı maliyetlere sahip firmaların denge durumları ile kâr durumları Şekil 80'de gösterilmektedir.



Şekil 80.

Bir firmanın toplam geliri toplam maliyetlerinden daha az ise zarar ediyor demektir. Şekilde görüleceği üzere birinci firma değişir maliyetlerinin tamamını, sabit maliyetlerinin ise bir kısmını karşılamaktadır. Piyasa fiyatı P 'de olduğuna göre toplam gelir OPE_1q_1 , toplam maliyet $OCAq_1$ alanı kadardır. Sabit maliyetlerin DPE_1B kısmını karşılayıp; CPE_1A kısmını karşılayamamaktadır. Eğer üretimini durdurursa zararı daha fazla yani $CABD$ alanı kadar olacaktır. Bu yüzden firma üretimini durdurmayı faaliyetine devam ederek DPE_1A alanı kadar zararı kurtarmış olmaktadır. Onun için firmanın üretimine bir süre daha devam etmesi lehine olacaktır. Zarar eden bir firma olmasına karşın; talep genişlemesinin olacağı veya fiyatların yükseleceği beklenisi içinde ise üretimine devam eder. Bu durumda amaç kâr etmek olmayıp; zararı minimize edecek üretim düzeyini belirlemektir. Eğer tersi bir durum tahmin ediliyorsa firma üretimini durdurur.

İkinci firmanın toplam geliri toplam maliyetine eşit olup; normal kâr etmektedir. Normal kâr piyasadaki firmaları ne o piyasada tutmak için tatmin edecek kadar yüksek; ne de o piyasaya girmeyi engelleyecek kadar düşük bir kârdır. Piyasa fiyatı bu firmanın ortalama maliyetinin minimum seviyesinde olduğundan firma bütün maliyetleri karşılıyor demektir. (Ülgen, 2019). Böylece E_2 noktasında dengeyi sağlayan üretim düzeyi q_2 'dir.

Üçüncü firma piyasa fiyatına göre hem sabit hem de değişir maliyetlerini karşıladığı gibi iyi bir kâr düzeyi de elde etmektedir. Denge noktası E_3 iken, bu denge noktasında kârı maksimum kılan üretim düzeyi q_3 'tür. Toplam gelir alanı POq_3E_3 iken, toplam maliyet alanı ise $OKZq_3$ 'tür. Buna göre firma KPE_3Z kadar kâr elde etmektedir.

Buraya kadar yapılan açıklamalar doğrultusunda tam rekabette farklı maliyetlere sahip firmaların denge koşulu; marginal maliyetin marginal gelire eşit olması durumudur.

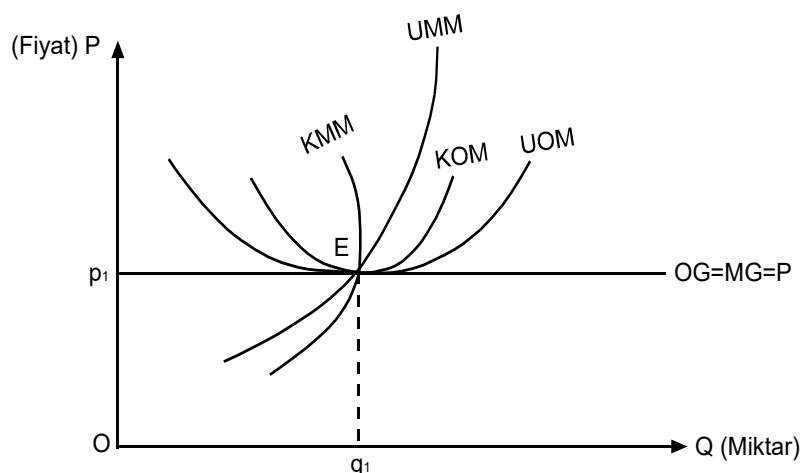
Gerek kârin maksimum kılınması gerekse zararın minimize edilmesi fiyat ile ortalama maliyet arasındaki ilişkiye bağlı olmaktadır. Kârin maksimum kılınması durumunda fiyat ortalama maliyetin üstünde veya ortalama maliyete eşittir ($P > OM$ veya $P = OM$). Zararın minimize edilmesi için iki durum söz konusudur.

Buna göre fiyat ortalama maliyetin altında ($P < OM$) ve ortalama değişir maliyetin üstündedir ($P > ODM$).

8.5. Uzun Dönemde Firma ve Endüstri Dengesi

Uzun dönemde tüm maliyetler değişir olduğundan firmalar üretim tesislerinin ölçegini değiştirebilme imkânına sahiptirler. Endüstride aşırı kâr eden firmaların olması bu kârdan yararlanmak isteyen yeni firmaların endüstriye girmelerine neden olurken; zarar eden firmaların da endüstriden çıkış yapmaları firmaların kârlılık durumlarını etkilemektedir.

Endüstriye giriş yapan yeni firmaların üretimleri endüstri arzını arttıracak; talebin değişmemesi durumunda fiyatların düşmesine sebebiyet vermektedir. Bu durum endüstrideki firmaların kârlarını azaltıp, sıfır olana kadar devam etmektedir. Diğer taraftan zarar eden firmaların piyasadan çekilmeleri arz miktarını azaltırken; piyasa fiyatını yükseltmeye ve endüstrideki tüm firmalar normal kâr elde etmektedirler. Buna göre piyasa kısa döneme oranla daha fazla firmadan oluşmakta, fakat ekonomik kârin olmaması nedeniyle her firma kısa döneme göre daha az üretmektedir. Özellikle düşen fiyatlar ve üretim düzeyi, kârların normal düzeyine inmesine neden olmaktadır ve oluşan uzun dönem endüstri dengesinde ekonomik kâr söz konusu olmamaktadır. Bu arada uzun dönem dengesinde malın fiyatı ortalama maliyetin minimum düzeyine kadar inmektedir. Böylece hem firma hem de endüstri dengesi sağlanmış olmaktadır. (Şekil - 81)



Şekil 81.

Tam rekabet piyasasında uzun dönemde endüstrideki bütün firmaların maliyet yapılarının aynı olduğu düşünüldüğünde denge durumu Şekil - 81'deki gibidir.

$$UMM = KMM = UOM = KOM = MG = OG = P$$

eşitliği bulunmaktadır.

Şekilde uzun dönem firma ve endüstri dengesi E noktasında sağlanmaktadır. Bu durumda firmalar hem uzun hem de kısa dönem ortalama maliyet eğrilerinin en düşük noktasına göre üretim faaliyetlerini sürdürmek eğilimini taşırlar. Bu eğilim doğrultusunda endüstride bütün firmaların normal kâr etmesi, endüstrinin şartları değişmedikçe yeni firmalar için cazip olmayacağıdır. Böylece uzun dönemde firmalar optimum ölçüde ve üretim düzeyine sahip olurken; endüstride gerekliği kadar firma sayısına ulaşmış olmaktadır (Nicholson, 2000).

Bu açıklamalar doğrultusunda tam rekabet piyasalarının şartları ve denge koşullarına göre toplumsal etkilerini şu şekilde ifade etmek mümkündür. Eğer bir firma diğerinden daha az etkinse normalden az kâr etmekte ve piyasadan çekilmek zorunda kalmaktadır. Eğer firma diğer firmalardan daha etkinse (diğer firmalar bu yöntemleri kullanmadığı sürece) daha fazla bir kâr elde edebilmektedir (Ünsal, 2020). Ancak diğer firmalar aynı yöntemleri uygulamak istemekte, böylece firmalar arası rekabet oluşmaktadır. Bu durumda

- Kârı arttırmak, zararı azaltma isteği yeni teknolojilerin gelişmesini özendirmektedir.
- Tam rekabet piyasalarında reklâmın anlamı yoktur.
- Tüketicilerin değişmesi ekstra arzı harekete geçirmekte ve firmalar tüketicilerin zevklerine cevap vermeye itmektedir. Bu da ürün çeşidi ve kalitesi bakımından piyasaya katkı sağlamaktadır.



Okuma Önerisi

Tam Rekabetçi Piyasa Deneyimleri Üzerine Bir Bakış konulu makaleyi çevrim içi olarak aşağıdaki bağlantıdan okuyabilirsiniz.



Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * Alıcı ve satıcıların fiyatları etkileyemedikleri piyasa türüne **tam rekabet piyasaları** adı verilmektedir.
 - * Alıcılar, satıcılar ve faktör sahipleri arasındaki ilişkilerde rekabetin tam olduğu ve piyasalara giriş-çıkışın engellenmediği piyasa türüne **tam rekabet piyasaları** denilmektedir. Bu piyasa türünde piyasada oluşan fiyat kişisel etkilerden bağımsız olarak arz ve talep tarafından belirlenmektedir.
- * Firmanın satışa sunduğu malın miktarı ile fiyatının çarpımına **firma geliri** denilmektedir. Ancak firmanın gelirini belirleyebilmesi için öncelikle malın fiyatını başka bir ifade ile malına olan talep miktarını bilmesi gerekmektedir. Tam rekabet piyasasında firma **fiyatı veri** olarak kabul etmek durumunda olduğundan ve üretecildiği kadar malı satabileceğinden karşı karşıya olduğu **talep** eğrisi **yatay eksene paralel** bir doğru biçiminde olmaktadır.
 - * Firma üç tür geliri elde etmektedir. Firmanın **toplam geliri** satıldığı mala ödenen para miktarı olup; mal miktarı ile fiyatın çarpımına eşittir. Toplam gelirin satılan mal miktarına bölünmesi ile elde edilen **ortalama gelir** aynı zamanda fiyataya eşittir. Firmanın satışında bir birimlik bir değişmenin toplam gelirde meydana getirdiği değişme oranı ise **marjinal geliri** vermektedir.
- * Firma **kısa dönemde** üretim kapasitesini değiştirecek zaman süresine sahip değildir ve üretim faktörleri de sabit olduğundan, değişim faktörlerden daha az veya daha çok kullanarak üretim miktarını belirleyecektir.
 - * **Toplam gelir ve toplam maliyet yaklaşımı** doğrultusunda firmanın kârını maksimum kıldığı nokta toplam gelir ile toplam maliyet arasındaki farkın en fazla olduğu karlılığın en yüksek olduğu yerdir.
- * **Marjinal maliyet ve marjinal gelir yaklaşımı** doğrultusunda firmanın kârını maksimum kıldığı nokta ise marjinal maliyetin ve marjinal gelire eşit olduğu noktada oluşmaktadır.
 - * Bütün faktörlerin değişir olduğu **uzun dönemde** ise firmalar üretim tesislerinin ölçüğünü değiştirebilme imkânına sahiptirler. Piyasada aşırı kâr eden firmaların olması bu kârdan yararlanmak isteyen yeni firmaların piyasaya girmelerine neden olurken; zarar eden firmaların da piyasadan çıkış yapmaları firmaların kârlılık durumlarını etkilemektedir.

Kaynakça

- Bocutoğlu, E. ve Berber, M. (2016). *Genel İktisada Giriş*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Bocutoğlu, E., Berber, M. ve Çelik, K. (1998). *İktisada Giriş*. Trabzon: Derya Kitabevi.
- Çelik, T. (2012). *Mikro İktisat*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Çiçek, S. (2017). *Mikro İktisat*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Dinler, Z. (2020). *Mikro Ekonomi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Hall, R. E. ve Lieberman, M. (2012). *Microeconomics Principles and Applications*. Boston: Cengage Learning.
- Krugman, P. ve Robin W. (2009). *Microeconomics*. New York: Worth Publishers.
- Krugman, P. ve Wells, R. (2012). *Mikro İktisat*. Ankara: Palme Yayınevi.
- Nicholson, W. (2000). *Microeconomics and Its Applications*. New York: The Dreyden Press.
- Ülgen, G. (2014). *Mikro Ekonomi*. İstanbul: Türkmen Yayınevi.
- Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Türkmen Yayınevi. /Baskı.
- Ünsal, E. (2020). *Mikro İktisat*. Ankara: Murat Yayınları.

Bölüm Soruları

1. Birbirileyile rekabet eden az sayıda firmanın bulunduğu ve her birinin üretimindeki değişimlerin piyasa fiyatını etkileyebilecek durumda olduğu piyasa türü aşağıdakilerden hangisidir?

 - A) Oligopson
 - B) Monopol
 - C) Oligopol
 - D) Tekelci rekabet
 - E) Monopson

2. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabete ait bir özellik değildir?

 - A) Atomize
 - B) Mobilite
 - C) Homojenlik
 - D) Şeffaflık
 - E) Ürün farklılaştırması

3. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasasında toplam gelir ile toplam maliyetin birbirine eşit olduğu üretim düzeyini göstermektedir?

 - A) Kapanma noktası
 - B) Maksimum kar noktası
 - C) Başa baş noktası
 - D) Denge noktası
 - E) Minimum zarar noktası

4. Tam rekabet şartlarında kısa dönemde firmaların ortalama geliri aşağıdakilerden hangi gelir düzeyine eşit olmaktadır?

 - A) Malin satış fiyatına
 - B) Firmanın marjinal maliyetine
 - C) Firmanın toplam maliyetine
 - D) Firmanın toplam gelirine
 - E) Firmanın üretim miktarına

5. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasalarının şartlarından biri değildir?

 - A) Alıcı ve satıcıların tam bilgiye sahip olması
 - B) Çok sayıda satıcı olması
 - C) Çok sayıda alıcı olması
 - D) Malların homojen olması
 - E) Piyasaya girişte kısıtlamalar olması

6. Aşağıdakilerden hangisinde tam rekabet piyasasında faaliyette bulunan bir firmanın karını maksimum kılma koşuludur?

 - A) Fiyat = Ortalama gelir
 - B) Ortalama maliyet = Ortalama gelir
 - C) Ortalama değişim maliyet = Marjinal gelir
 - D) Marjinal maliyet = Marjinal gelir
 - E) Marjinal gelir = Ortalama gelir

7. Aşağıdaki hangi piyasa türünde firmalar reklam faaliyeti ile ilgili maliyetlere maruz kalmamaktadır?

 - A) Tam rekabet
 - B) Monopollü rekabet
 - C) Monopol
 - D) Monopson
 - E) Oligopol

8. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasasında uzun dönem karlılıklarını normal kar olarak oluşturmaktadır?

 - A) Alıcı ve satıcıların piyasa hakkında bilgili olması
 - B) Malın homojen olması
 - C) Piyasaya giriş çıkışlarının serbest olması
 - D) Alıcıların çok olması
 - E) Alıcıların fiyatı etkileyememesi

9. Tam rekabet piyasasında zarar eden firmanın bu zararı en aza indirme durumu aşağıdakilerden hangisidir?

- A) $P < OM$ ve $P > ODM$
- B) $P > OM$ ve $P > ODM$
- C) $P < OM$ ve $P < ODM$
- D) $P = OM$ ve $P > ODM$
- E) $P < OM$ ve $P = ODM$

10. Tam rekabet piyasasında maliyet yapıları farklı firmaların kar etmesi durumunda aşağıdakilerden hangisi gerçekleşmektedir?

- A) Ortalama maliyet fiyatın üstünde olmalı
- B) Değişir maliyet fiyatın üstünde olmalı
- C) Ortalama maliyet fiyata eşit
- D) Hem ortalama maliyet hem de değişir maliyet fiyatının altında
- E) Hem ortalama maliyet hem de değişir maliyet fiyatının üstünde

Cevap Anahtarı

1. C	2. E	3. C	4. B	5. E
6. D	7. A	8. C	9. A	10. D



9. EKSİK REKABET PİYASALARI

“Tüm monopol kazançlarının en iyisi sakin bir yaşamdır.”

John Hicks



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Monopolde toplam gelirin önce artan sonra azalan seyir izlemesini değerlendirebilir.
- Yüksek kar hedefi doğrultusunda az sayıda firmanın aralarında anlaşarak çeşitli alanlarda kartel birliğini oluşturmaları hakkında bilgi sahibi olabilir.
- Yakın ikame mal satan çok sayıda firmanın yüksek reklam maliyetlerine katlanma sebeplerini ortaya koyabilir.

Başlamadan Önce

Bu bölümde eksik rekabet piyasaları inceleneciktir. Bu gruptaki farklı piyasa türleri olarak tek satıcıya karşı çok alıcının olduğu Monopol piyasalarına giriş yapılacak ve bu piyasada faaliyette bulunan firma gelirleri ile Artan Maliyetler, Azalan Maliyetler ve Sabit Maliyetler durumuna göre denge durumları ele alınacaktır. Az sayıda firmaların faaliyette bulunduğu Oligopol Piyasası Dirsekli talep eğrisi ve bu firmaların anlaşarak oluşturdukları Kartel koşullarındaki denge durumları anlatılacaktır. Daha sonra hem monopol hem de tam rekabet piyasalarının benzer özelliklerini barındıran ve gerçek hayatı en fazla görülen piyasa türü olan Monopollü Rekabet Piyasaları açıklanacaktır.

Birlikte Düşünelim

- Monopolcünün marjinal geliri malın satışı ile niçin giderek azalan bir seyir izlemektedir?
- Monoposon piyasasında mal fiyatını belirleyen taraf alıcı mı satıcı mıdır?
- İki satıcılı piyasada yüksek kar hedefi nasıl sağlanmaktadır?

9.1. Eksik Rekabet Piyasa Çeşitleri

Tam rekabet şartlarının bir veya birkaçının aksaması durumunda ortaya çıkan piyasalara eksik rekabet piyasaları denilmektedir (Ülgen, 2014). Eksik rekabet piyasalarında firma sayısı tam rekabet piyasasındaki firma sayısından az olup; üretilen mallar homojen değildir.

Eksik rekabet piyasalarının en genel özelliği firmaların piyasa fiyatları üzerinde kısmen de olsa etkili olabilmeleridir. Buna göre ya üretimlerini kısaltarak ürünlerinin fiyatını yükseltmek veya üretimlerini artırarak fiyatını düşürmek imkânına sahiptirler. Ancak bunu yaparken; fiyatı etkileme dereceleri değişmektedir. Eksik rekabet piyasalarında fiyat daima tam rekabet fiyatının üzerinde üretim miktarı da tam rekabet üretim miktarının altında kalmaktadır.

Eksik rekabet piyasalarında gerek devlet gerekse **özel teşebbüs**ün varlığı; iktisadi hayatın bazı kişi ve grupların lehine seyretmesine neden olmaktadır. Firmaların aşırı kâr hedefleri ve üretim miktarındaki kısıtlamalar; sosyal refahın azalmasına ve tüketicilerin tatmin düzeyinin düşük kalmasına yol açmaktadır.

Bu doğrultuda; büyük sermaye sahiplerinin girdikleri piyasalara başkasının girmesi mümkün olmazken; endüstri birkaç firma tekeline girmekte ve firma sayısının yetersizliğinden dolayı eksik rekabet piyasaları oluşturmaktadır. Böylece endüstride firmalar birbirlerinin davranışlarını yakından izlemekte, kontrol etmekte ve etkileyebilmektedirler.

Eksik rekabet piyasaları çeşitli şekillerde görülmektedir. Bunlar bir satıcılı piyasa monopol, iki satıcılı piyasa düopol, az satıcılı piyasa oligopol ve gerçek hayatı en çok görülen çok satıcılı monopolü rekabet piyasalarıdır (Ünsal, 2020).

9.2. Monopol Piyasaları

Monopol tanım olarak; çok sayıda alıcıya karşı, tek satıcının bulunduğu piyasa türüdür. Daha geniş bir ifade ile, ikame edilmeyen bir mal ya da hizmetin bir firma tarafından üretildiği veya satıldığı piyasalardır. Monopol (tekel) durumu tam rekabetin karşıtı bir durumu ifade etmektedir. Tek satıcı olması nedeniyle piyasaya hâkim durumda olup; piyasa fiyatı üzerinde doğrudan kontrole sahiptir (Yaylalı, 2004). Bu nedenle monopolcü firma için piyasada herhangi bir rekabet söz konusu değildir. Ancak rekabetin söz konusu olmamasına rağmen; monopolcü firma hem malın fiyatını hem de satış miktarını belirleyemez. Bu durumda ya yüksek fiyattan az mal satacak ya da düşük fiyattan çok mal satacaktır. O halde monopolcü firma arza hâkim olmasına karşın **piyasadaki talep miktarını dikkate almak** durumundadır. Zaten monopolcünün amacı malına yüksek fiyat belirlemek değil, maksimum kârı elde etmektir.

9.3. Monopolün Piyasa Şartları

Piyasada tam anlamıyla bir monopolün ortaya çıkması ve monopol piyasasının oluşması için bazı şartlar gerekmektedir. Bunlar;



Anahtar Kavram

Özel Teşebbüs: Özel girişim ya da özel sektör olarak da ifade edilen özel teşebbüs, kamu dışındaki gerçek veya tüzel kişiler tarafından gerçekleştirilen her bir girişimi ifade etmektedir.

- Monopolün en önemli şartı ikamesi az olan, yani talep esnekliği düşük mallar üzerine kurulmasıdır. Tersi durumunda monopolcü firmanın kârını maksimum kılmak için fiyatı yükseltmesi malın talebinde azalmalara yol açmaktadır (Bocutoğlu ve diğerleri, 1998).
- Monopolcü malının dayanıklı mal niteliğinde olması piyasadaki etkinliğini artırmaktadır. Çok dayanıklı mallar (altın, elmas gibi) ile çok dayaniksız mallar (çiçek, ekmek gibi) monopol kurulmasını güçlendirmektedir.
- Monopolcü firmanın malına karşı talepte bulunan tüketicilerin çok sayıda olması önemlidir. Aksi takdirde tüketiciler aralarında anlaşarak monopolcü firma fiyatını etkileyebilirler.
- Piyasadaki mal arzı monopolcü firmanın kontrolünde olduğundan piyasaya giriş ve çıkışlar yasaklanmaktadır.
- Monopolcü piyasadaki tek üretici ve satıcı firma olmasından dolayı firma veya endüstri olarak bir ayırım yapılmamaktadır. Firma arzı aynı zamanda endüstri arz miktarını yansıtmaktadır.

9.4. Monopol Piyasasının Oluşumu

Piyasada monopolün oluşumu çeşitli nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bunlar doğal, yasal, anlaşmalı, fiili ve psikolojik monopoller olarak sınıflandırılmaktadır.

Doğal monopoller: Bazı mal arzlarının belirli yerde oluşu monopolü doğurmaktadır. Örneğin özel niteliklere sahip bir maden suyunun bir bölgede olması gibi.

Yasal monopoller: Kamu yararına yüksek gelir sağlamak veya kamu görevlerinin daha etkin yerine getirilebilmesi amacıyla; bazı hakların yasaya tek bir firmaya verilmesi sonucu ortaya çıkan monopol durumudur. (PTT, DDY). (Ülgen, 2019).

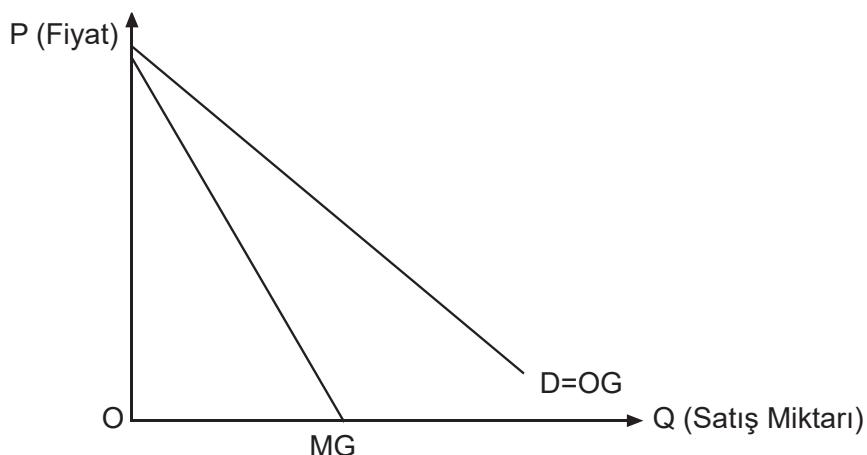
Anlaşmalı monopoller: Aynı mali üreten firmaların rekabeti ortadan kaldırma amacıyla birleşerek oluşturdukları kolektif monopollerdir. (Karteller, tröstler)

Fiili monopoller: Aynı sektörde çalışan firmalarından bir tanesi içsel ve dışsal ekonomilerden yararlanarak maliyetleri düşürüp, üretim tesis ölçeklerini büyüterek monopol durumuna gelmektedir. Bu durumda büyük ölçekli firmanın rekabetine dayanamayan diğer firmalar piyasadan çekilmek durumunda kalmaktadır.

Psikolojik monopoller: Bir firmaya ait bir malın iyi tanınması ve müşterilerin gözünde bu malın daha farklı ve daha kaliteli sayılması sonucu bu malın devamlı tercih edilmesi ile oluşan monopol durumudur

9.5. Monopolcü Firma Gelirleri

Monopolcü firma bir malın piyasadaki tek üreticisi ve satıcısı durumundadır. Firma malına yapılan talep, aynı zamanda endüstriye yapılan talep olduğundan; firma ve endüstri talep eğrileri aynı eğrilerdir. Endüstri (piyasa) talep eğrisi negatif eğimli azalan bir eğri olduğu için monopolcü firmanın talep eğrisi de tam rekabet piyasasının tersine azalan bir eğime sahip olmaktadır (Çiçek, 2017). Bu nedenle monopolcü fiyatı etkileme imkânına sahiptir. Ancak talep eğrisi tam esnek olmayıp; negatif eğimli olduğundan fiyatla miktar arasındaki ters orantılı ilişkiye dayanarak malının fiyatını düşürmesi gerekmektedir. Aksi takdirde fiyat yükseltmesi monopolcünün satış hacmini daraltmaktadır. (Şekil - 82)



Şekil 82.

Monopolcü firmada tam rekabetteki firmalar gibi toplam gelir, ortalama gelir ve marginal gelir olmak üzere üç gelir elde etmektedir.

Firmanın toplam geliri satılan mal miktarından elde ettiği gelir olup, üretim miktarı ile satış fiyatının çarpımına eşittir.

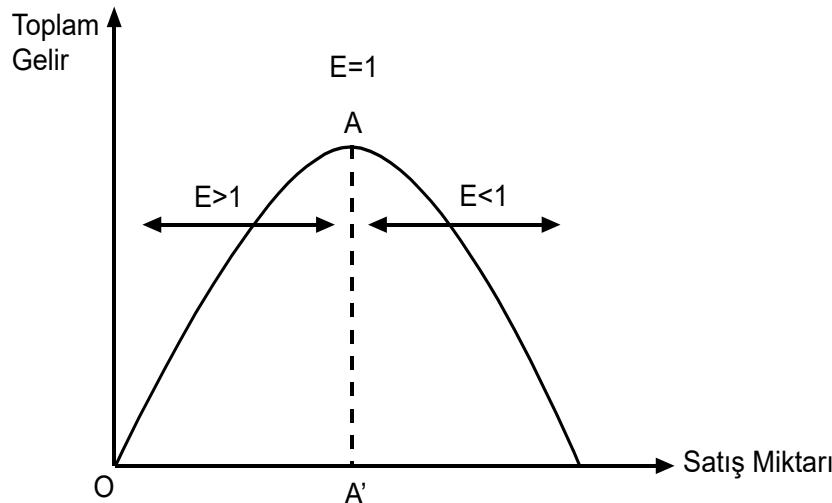
$$TG = P \times Q$$

Tam rekabette firmaların piyasa fiyatını veri olarak kabul etmeleri sonucunda toplam gelir artan bir doğru biçiminde idi. Oysa monopolde firma hem fiyatı hem de miktarı belirleme imkânına sahip olduğundan talep eğrisi artan bir doğru şeklärinden uzaklaşmakta ve negatif eğimli bir seyir izlemektedir. Çünkü monopolcü fiyatı yüksek tuttuğunda satış miktarı düşmektedir; geliri azalmaktadır. (Ülgen, 2014). Bu nedenle toplam gelir bir doğru olmaktan çıkmakta; satılan mal miktarının artışıyla yükselen, belirli satış miktarında maksimuma varan ve bu noktadan itibaren yüksek fiyattan dolayı satışların düşmesi neticesinde azalan bir seyir izlemektedir. (Şekil - 83)



Hatırlatma

Toplam Maliyet – Toplam Gelir Yaklaşımı konusuna 8. Bölümde yer verilmiştir.



Şekil 83.

Ortalama gelir, birim malın fiyatı olup; toplam gelirin mal miktarına bölünmesi ile elde edilmektedir.

$$\text{OG} = \frac{\text{TG}}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P$$

$$\text{OG} = P$$

Ortalama gelirin fiyata eşit olması; monopolcünün karşılaştığı talep eğrisi ile ortalama gelirin özdeş olduğunu göstermektedir. (Şekil-82)

Monopolcünün marjinal geliri ise malın satışı ile giderek azalan doğrusal bir seyir izlemektedir. Satış miktarındaki değişmenin toplam gelirde meydana getirdiği değişimyi ifade eden marjinal gelir daima ortalama gelir (talep) eğrisinin altında seyretmektedir. Çünkü monopolcü bir birim daha fazla mal satmak için fiyatını düşürmek zorundadır. Fiyatı düşürdüğünde sadece son birimin değil, satılan tüm birimlerin fiyatını düşürmek zorunda kalmaktadır. (Şekil - 82)

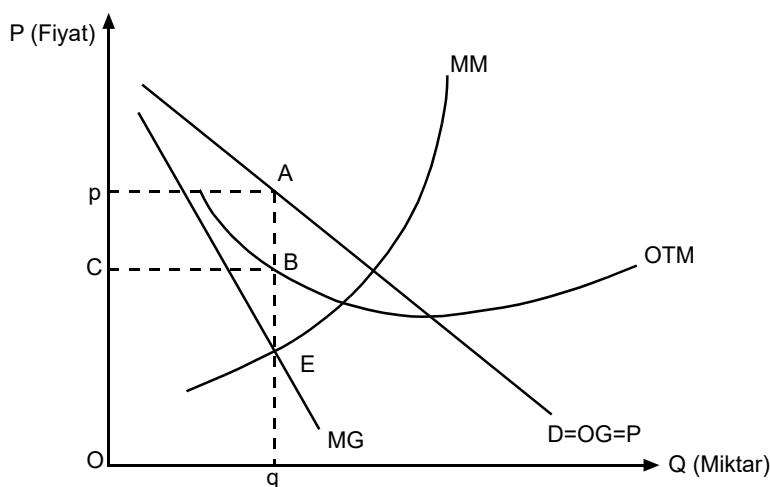
9.6. Monopol Piyasalarında Denge Durumu

Monopolcü; piyasadaki tek firma olduğundan üretim miktarı ile fiyatı belirleme imkânına sahiptir.

Ancak rasyonel davranış gösteren her firma gibi monopolcü de kârını maksimuma çıkaracak veya zararını minimuma indirecek bir denge düzeyi sağlamak amacıyladır. Bunun için firma ya fiyatını belirleyip, buna göre kârı maksimum kılacak üretim düzeyini saptamakta veya üretim düzeyini belirleyip buna göre kârı maksimum kılacak fiyatını bulmaktadır (Himmelweit ve diğerleri, 2001). Monopol piyasalarında endüstriye yeni firma girişi olamayacağından aşırı kâr durumlarında bile piyasada kısa ve uzun dönem ayrimı ortadan kalkmaktadır. Monopolcü firmanın denge durumu maliyetlerin eğimine göre belirlenmektedir.

9.6.1. Artan Maliyetler ve Monopol Dengesi

Monopolcü firma marjinal maliyet ile marjinal gelirinin birbirine eşit olduğu üretim düzeyinde dengeye gelmektedir. Marjinal maliyet ve marjinal gelir eğrilerinin kesiştiği E noktası monopolcü firmanın denge düzeyini göstermektedir. (Şekil - 84)



Şekil 84.

Bu durumda firma P fiyatından q kadar mal üretmekte veya satmaktadır. Firmanın gelir düzeyi Aq (OP), maliyet miktarı ise Bq (OC)’dır. Birim başına kâr miktarı ortalama gelir ile ortalama maliyet arasındaki farkı yansıtın PABC alanıdır.

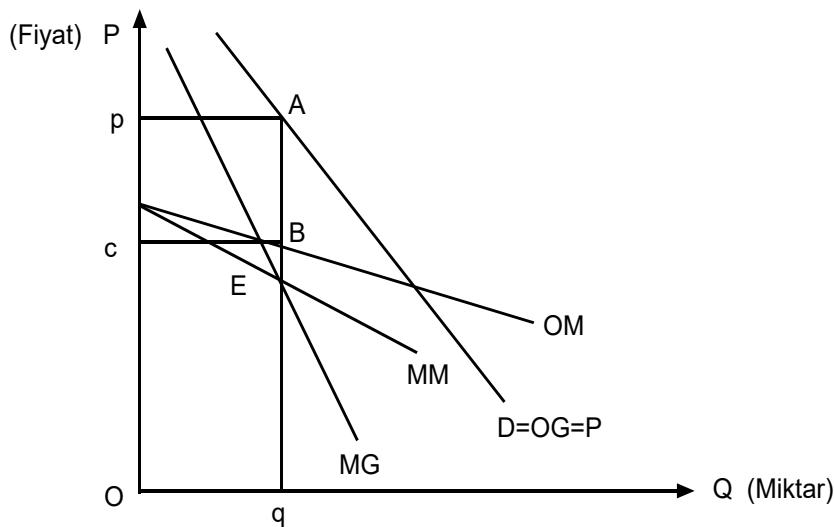
Firma orijinden q üretim düzeyine ulaşıcaya kadar $MG > MM'$ tür. q üretim düzeyinde $MG = MM'$ ’tir. q üretim düzeyinden sonra ise $MM > MG$ olmaktadır. Bu nedenle monopolcü üretimini q düzeyinde tutmak durumundadır.

Bu analizde iki sonuca ulaşılmaktadır. Birincisi marjinal gelir daima fiyatın altında olmaktadır. Nedeni ortalama gelir eğrisinin negatif eğimli azalan bir eğri olmasından kaynaklanmaktadır (Ülgen, 2014). Oysaki tam rekabette $P = MG$ olup tam esnek ve miktar ekseni paralel bir durumdadır. Monopolde ise talep ve ortalama gelir eğrisi marjinal gelir eğrisinden ayrı olarak negatif bir seyir göstermektedir.

İkincisi ise; ortalama gelir eğrisinin farklı esnekliklere sahip olmasıdır. Buna göre firma ancak esnekliğin birden büyük ($e > 1$) olduğu durumlarda üretim yapacaktır. Talep esnek değilse ($e < 1$) marjinal gelir negatif olur ki firmanın marjinal maliyetinin de negatif olmasını gerektirir. Bu durumda $MM = MG$ eşitliğini sağlamak imkânsızdır. Marjinal gelir pozitif ve talep esnekse üretim yapmak mümkün olmaktadır.

9.6.2. Azalan Maliyetler ve Monopol Dengesi

Monopolcü firma; daha düşük maliyetle üretimini gerçekleştiriyorsa daha düşük bir fiyat politikası uygulayacak ve piyasa etkinliğini artıracaktır (Kirman ve Lapiet, 1991). Burada da marjinal maliyet ile marjinal gelirin kesiştiği noktada denge düzeyi oluşmaktadır. (Şekil - 85)

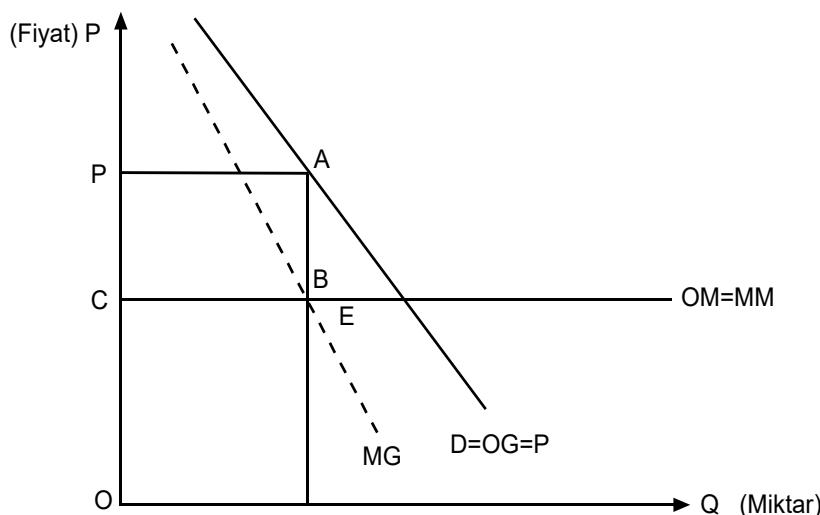


Şekil 85.

Şekilde de görüleceği üzere marjinal maliyet marjinal gelirden daha düşük bir hızla düşmektedir. Denge durumu marjinal maliyet ile marjinal gelirin kesiştiği E noktasında gerçekleşmiştir. E noktasına kadar $MG > MM$ E noktasından sonra ise $MM > MG$ 'dır. Buna göre üretim düzeyi q 'ya ulaşıncaya kadar marjinal gelir pozitif, q üretim seviyesinden sonra negatif olmaktadır. Toplam kâr alanı $PABC$ olmakla birlikte, fiyat düşüşükçe piyasalar genişledikçe monopolcünün gücü de artacaktır.

9.6.3. Sabit Maliyetler ve Monopol Dengesi

Firma üretimini sabit maliyet ile gerçekleştiriyorsa; ortalama maliyet ile marjinal maliyet birbirine eşit olacak ve denge yine marjinal maliyet ile marjinal gelirin kesiştiği E noktasında gerçekleşecektir. (Şekil - 86)



Şekil 86.

9.7. Oligopol Piyasaları

Belirli bir malın üretiminin sınırlı sayıda firma tarafından yapıldığı buna karşın çok sayıda alıcının bulunduğu piyasalardır.

Fiiilen monopolden çok daha önemli, tam rekabete göre modern ekonomilerin belirgin özelliğini yansıtan piyasa türündür.

Oligopolcüler satış yapmak için birbirleri ile rekabet ederler. Firmaların her biri ne kadar üretim yapacakları kararının piyasa fiyatını etkileyeceğini bilmektedirler. Her bir firma, bir dereceye kadar monopolcuya benzer piyasa gücüne sahiptir. Bu nedenle bu piyasadaki rekabet “mükemmel” değildir.

Oligopol piyasasında faaliyette bulunan firmaların büyük olması değil, önemli olan rakip firma sayısıdır (Krugman ve Robin, 2009). Oligopol piyasaları, monopol piyasalarının bir derece zayıf şeklidir. Oligopollerin ortaya çıkmasında en önemli etken ölçüde göre artan getirilerdir. Bu durum büyük firmalara küçük firmalara göre maliyet avantajı sağlamaktadır. Bu etkiler çok güçlü ise monopole yol açar, o kadar güçlü olmadıklarında az sayıda firmalardan oluşan bir piyasaya yol açar.

Bu piyasada satıcıların az sayıda olmaları nedeniyle firmalar kararlarında karşılıklı olarak birbirlerini etkileyebilmektedirler. Oligopol piyasasında bir firmmanın üretim ve fiyat konusunda vereceği herhangi bir karar piyasadaki diğer firmaların davranış ve kararıyla yakından ilgili olmaktadır. Bu nedenle oligopolcüler, monopol ya da tam rekabet piyasasındaki firma gibi hareket edememektedir.

Bu piyasadaki bir firma fiyatını düşürmek veya yükseltmek ya da üretim miktarını değiştirmek konusunda karar verirken; rakip firmaların ne şekilde hareket edeceğini incelemekte ve stratejisini ona göre belirlemektedir. Oligopolcü firmalardan birisi satış fiyatını düşürdüğünde rakipleri de fiyat indirimine gidebilmektedir. Fiyat rekabetinin yanı sıra firmalar mal farklılaştırması, reklam kampanyası, taksitli satış kampanyası yoluyla da rekabet etmektedirler. Bu piyasada az sayıda firma olduğundan piyasaya giriş-çıkışlar sınırlıdır (zordur). Yine firmalar arası aşırı rekabet söz konusu olduğundan **reklam** en çok bu piyasada kullanılmaktadır. Rekabetten zarar görmek istemeyen ve piyasada tekel oluşturmak isteyen firmalar ekonomik ve hukuki bağımsızlıklarını koruyarak açık veya gizli anlaşma yoluna gidebilmektedirler. Oligopol piyasalarında üretilen mallar birbirinin aynı ise bu piyasaya **tam oligopol** denir. Bu piyasalara benzin, çelik ve çimento gibi malların üretimi örnek olarak gösterilebilir. Eğer üretilen mallar farklı ise **noksan oligopol** durumu söz konusu olmaktadır (Parasız, 1999). Otomobil, buzdolabı, fırın gibi görünüş, kalite ve isim farklılıklarının olduğu malların üretildiği piyasalar da noksan oligopole örnektir.

9.7.1. Oligopolün Dirsekli Talep Eğrisi ile Açıklanması

Oligopol piyasasında yer alan firmalar sayılarının az olması nedeniyle birbirlerinin davranışlarını dikkatle izlemektedirler. Dirsekli talep eğrisi modeli firmaların birbirleri ile anlaşma yapmadığı, firmalar arasında karşılıklı bağlılığın olduğu ve rakiplerin tepkisinin belirsizliği varsayımasına dayanmaktadır. Piyasada



Okuma Önerisi

Oligopol Piyasa Tipi Üzerine konulu makaleyi çevrim içi olarak aşağıda ki bağlantılardan okuyabilirsiniz.

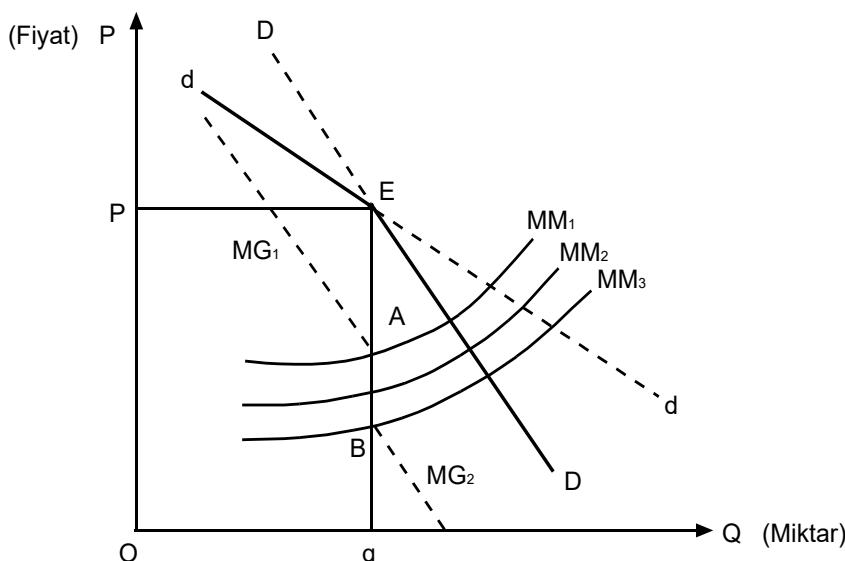


Anahtar Kavram

Reklam: Tüketicilerin zevk ve tercihlerini etkileyerek kendi malına yönelik istemi artırmak amacıyla firmaların yaptığı satış artırıcı etkinliklerden biridir. Reklam aracılığıyla bir şeyi halka tanıtmak, begendirmek ve sürümlü artırmak gibi amaçlara ulaşmak hedeflenmektedir.

oluşan fiyatın hangi düzeyde neden olduğunu açıklamayıp; maliyetlerdeki farklılıklarla rağmen fiyat istikrarını açıklamaktadır. Buna göre dirsekli talep eğrisi fiyatın nasıl ortaya çıkacağını belirtmeyip, firma davranışlarını açıklamada yardımcı olmaktadır.

Oligopol piyasasında dirsekli talep eğrisinin ortaya çıkışının ve piyasanın denge durumu Şekil - 87'de açıklanmaktadır.



Şekil 87.

Şekilde endüstri talebi DD ve oligopolcü firmanın talebi dd olup, denge DD ile dd eğrilerinin kesiştiği E noktasında oluşmaktadır. Denge fiyatı P, denge üretim miktarı ise q'dur. Firma fiyat P'nin üzerine çıkarmak isterse, rakip firmalar P fiyatından daha fazla satış yapacakları için onu izlemeyeceklerdir. Bu durumda firmanın pazar payını kaybetme riski bulunmaktadır. Firma P'nin üzerindeki fiyatlarda endüstri talep eğrisini değil kendi talep eğrisini yani dE'yi dikkate almak durumundadır.

Oligopolcü firma satış fiyatını P'nin altına düşürdüğünde endüstriyel diğer firmalar da pazar paylarını kaybetmemek için onlarda fiyatlarını düşüreceklerdir. Buna göre firma P fiyatının altındaki fiyatlarda firma endüstri talep eğrisini yani ED'yi dikkate almaktadır. Dolayısıyla oligopolcü firmanın talep eğrisi E noktasında dirsek yapan dED eğrisidir.

Yukarıda da ifade edildiği üzere dirsekli talep eğrisi fiyatın nasıl olduğunu değil firmaların davranışlarını açıklamaktadır. Ancak fiyat oligopolcüler arasında bir kez oluştuktan sonra firmaların gelecekteki davranışlarını açıklamakta yardımcı olmaktadır.

Talep eğrisinin dirsekli oluşu marjinal gelirin AB aralığında kesikli iki parçaya ayrılması sonucunu doğurmaktadır. Firmanın MM eğrisi MG eğrisindeki AB aralığından geçmekte ve firma dengeye gelmektedir. q miktarından daha düşük

üretim düzeyinde $MG > MM$, q 'dan büyük üretim düzeyinde ise $MM > MG$ olmaktadır. (Ülgen, 2019).

Marjinal maliyetler değişse bile, marjinal maliyet marjinal gelir kesişmesi AB aralığında gerçekleştiğinden denge durumu değişmemekte ve oligopolcu kâr maksimizasyonunu sağlamaktadır.

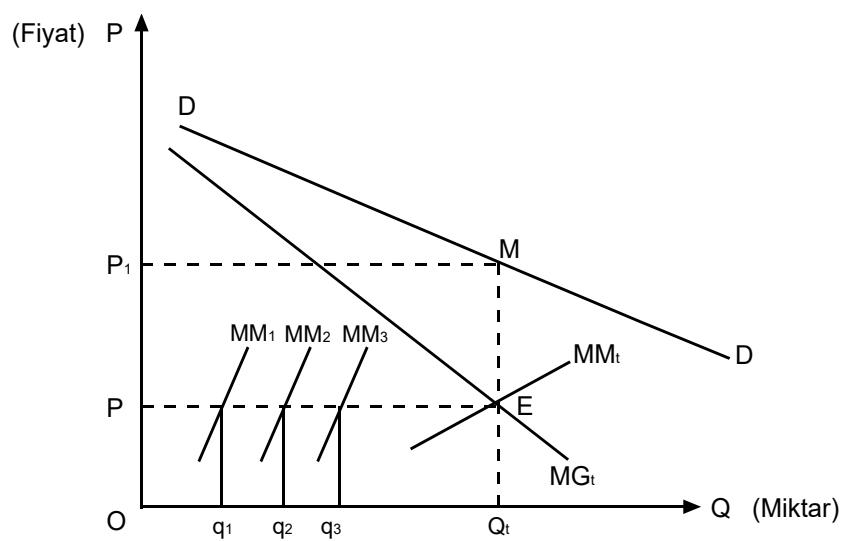
Sweezy tarafından açıklanan bu nedenle Sweezy modeli olarak da anılan direkli talep eğrisi oligopol piyasasında maliyet değişiklikleri karşısında istikrarlı fiyatı açıklamaktadır.

9.7.2. Anlaşmalı Oligopoller - Karteller

Oligopol piyasasının bir özelliği de firmaların rekabet yerine kârlarını artırmak amacıyla çeşitli anlaşmalar yapmalarıdır (Perloff, 2001). Bu nedenle, firmalar açık veya gizli anlaşmalar yaparak veya birleşerek pazar paylarının artırmaya çalışmaktadır. Aynı endüstride az sayıdaki firma aralarında rekabeti önlemek ve piyasada monopol oluşturmak amacıyla hukuki ve ekonomik bağımsızlıklarını koruyarak bir birlik oluşturmaktadır. Buna **kartel** denilmektedir. Böylece rekabet önlenmekte ve fiyatlar yükseltilerek maksimum kâr elde edilmektedir.

Kartel oluşturabilmek için bazı koşulların bulunması gerekmektedir. Bunlar, kartele az sayıda şirketin katılması, malın yakın ikamesinin olmaması, aynı mallar için maliyetlerin farklı olmamasıdır. Bu birliğe katılan oligopolcu firmalar ortak bir fiyat ve üretim politikasını kabul etmektedirler. Bu doğrultuda kartel anlaşmaları üç şekilde gerçekleşmektedir. Bunları da fiyat karteli, miktar karteli ve bölge karteli olarak ifade etmek mümkündür.

Firmaların anlaşarak kartel oluşturdukları piyasanın denge durumu Şekil-88'de görülmektedir.



Şekil 88.

Şekilde üç oligopolcü firmanın anlaşarak kartel oluşturdukları görülmektedir. Endüstri maliyetini minimum kılacak şekilde üretim miktarını aralarında paylaşmaktadır. Bu üç firmانın marginal maliyetleri sırası ile MM_1 , MM_2 , MM_3 eğrileri olup, birbirine eşittir. Böylece firmaların marginal maliyetleri toplamı endüstrinin marginal maliyetini (MM_t) vermektedir. Kârlarını maksimuma çıkarmayı hedefleyen kartelde denge endüstrinin marginal maliyeti ile endüstrinin marginal gelirinin kesiştiği E noktasında gerçekleşmektedir. Buna göre karteli oluşturan firmaların toplam üretim miktarı Q_t olmakta ve bunun tamamı P_1 fiyatından satılmaktadır. Elde edilen kâr firmalar arasında yapılan cartel anlaşmasına göre paylaşılmaktadır. Bu durumda dışarıya karşı monopolcü gibi davranışlıdır. Ancak toplam kârin hangi düzeyde olduğunu belirlemek mümkün olamamaktadır. Bunun için her oligopolcü firmanın maliyetlerinin ayrı ayrı bulunması gerekmektedir.

9.8. Monopollü Rekabet Piyasaları

Monopollü rekabet piyasaları hem tam rekabet hem de monopol piyasalarının özelliklerini yansitan ve piyasada farklılaştırılmış mal ve hizmetlerin sunulduğu, çok sayıda satıcının bulunduğu piyasalarıdır.

Monopollü rekabet piyasaları gerçek yaşamda en çok görülen piyasa türüdür. Buna karşın monopollü rekabeti belirleyen birçok koşul bulunmaktadır.

Bunlardan bir tanesi mal farklılaştırmasıdır. Monopollü rekabet piyasasındaki firmanın üretip satışa sunduğu mal diğer firmaların üretip satışa sunduğu mallardan farklı olmaktadır. Başka bir ifade ile piyasada alış-verişe konu olan mallar homojen değil heterojen özellik taşımaktadır. Firmaların ürettikleri mallar aynı ihtiyacı cevap verebilen ve birbiri ile ikame edilebilen mallar olmasına karşın birbirinin aynısı değildir. Çünkü firmalar piyasaya sundukları malları diğer mallardan farklı imiş gibi sunmakta; bu da firmaların her birine ayrı ayrı monopol gücünü kazandırmaktadır. Bunu gerçekleştirmek için firmalar mallarında kalite farkını belirten işaretler, değişik ambalajlar, değişik isimler kullanmakta ve buna yönelik olarak yoğun reklam faaliyetlerine girişmektedirler. Böylece tüketicilerin gözünde malın benzerlerinden farklı olduğu imajı yaratılmış olmaktadır. Örneğin; fast food satıcıları, benzin istasyonları, çikolata üreticileri. (Ülgen, 2019).

Monopollü rekabet piyasalarında mal farklılaştırmasına ilişkin uygulama üç şekilde görülmektedir. Bunlar şekil farklılaştırması, kalite farklılaştırması ve bölge farklılaştırmasıdır.

- - **Şekil farklılaştırması:** Satıcılar farklı şekillerde ürünlerini sunmaktadır. Örneğin yiyecek olarak; hamburger, pizza, döner, lahmacun, Çin yemeği v.b. (Ülgen, 2014). Her tüketici bu tekliflerin biri ya da diğeri için belli bir tercihe sahiptir. Bir alışveriş merkezinde yemek yiyecek olan tüketici; ruh haline, yaşama biçimine, o gün ne yediğine, fiyatına göre tercihini belirleyecektir. Burada ifade edilmesi gereken farklı satıcıların ürünleri birbirleri ile tam ikame değil, eksik

ikamedir. İnsanlar farklı zevk ve tercihlere sahip oldukları sürece firmalar çok sayıda farklı ürün üretmek ve kâr elde etmek isterler.

- - **Kalite farklılaştırması:** Tüketicilerin yapmak isteyeceği ödeme kaliteye göre değişim göstereceğinden firmalar ürünlerini kalitelerine göre farklılaştırmaktadır. Örneğin, çoğu gıda olduğu gibi birden fazla kalitede çikolata vardır. Bu durum ilave kalitenin tüketici için ne kadar önemli olduğuna veya para ile satın alabileceği diğer şeylelerden ne kadar vazgeçeceğini bağlı olmaktadır.
- - **Bölgesel farklılaştırma:** Monopolcu rekabet piyasaları bölgesel olarak farklılaştırılmış malları arz etmektedirler. Bu durum özellikle tüketicilerin en ucuz olandan çok, kendilerine en yakın satıcıları seçtikleri kuru temizlemeden, kuaföre kadar uzanan hizmet sektörü içinde geçerlidir. Örneğin, yol üzerindeki benzin istasyonları. Satılan ürünler birbirinin aynı olmasına karşın, tüketicinin tercihi eve-işyerine en yakın veya benzin göstergesinin düştüğü yere en yakın olan benzin istasyonu olabilmektedir.

Farklılaştırılmış ürünlere sahip piyasaların iki önemli özelliği vardır. Birinci, satıcılar arasındaki rekabet (Yol kenarına yeni benzin istasyonu açılması diğer benzin istasyonlarının satışlarını azaltacaktır). İkinci, çeşitlilik değeri (Tüketicisi çok ürün arasından kendisine en yakın ürünü seçecektir).

Monopollü rekabet piyasasının diğer bir niteliği de firma sayısının çok olmasıdır. Çok sayıda ve birbirine yakın mallar üreten firmalar, kendi fiyat ve üretim kararlarını alırken; rakiplerinin göstereceği olası tepkiyi ihmali edebilmektedirler. Bu yönü ile monopollü rekabet piyasası tam rekabet piyasasına benzemektedir. Ayrıca her firmanın kendine özgü bir tüketici kitlesi bulunduğuundan analizler genellikle tek firma düzeyinde yapılmaktadır.

Bu piyasaların diğer bir koşulu da piyasaya giriş-çıkış serbestliğinin bulunmasıdır. Bunun en önemli nedeni alış-verişe konu olan mal üretiminin büyük sermaye gerektirmemesidir. Malın farklı olması da yeni firmalar için cesaret kaynağı olmaktadır. Bu piyasa koşullarında alınıp satılan mallara deterjan, sabun, yağlar, çeşitli meşrubatlar örnek olarak verilebilir.

Tüm bu açıklamalar doğrultusunda monopollü rekabetteki firmaların rekabeti “fiyat-dışı rekabet” olarak nitelendirilmektedir.

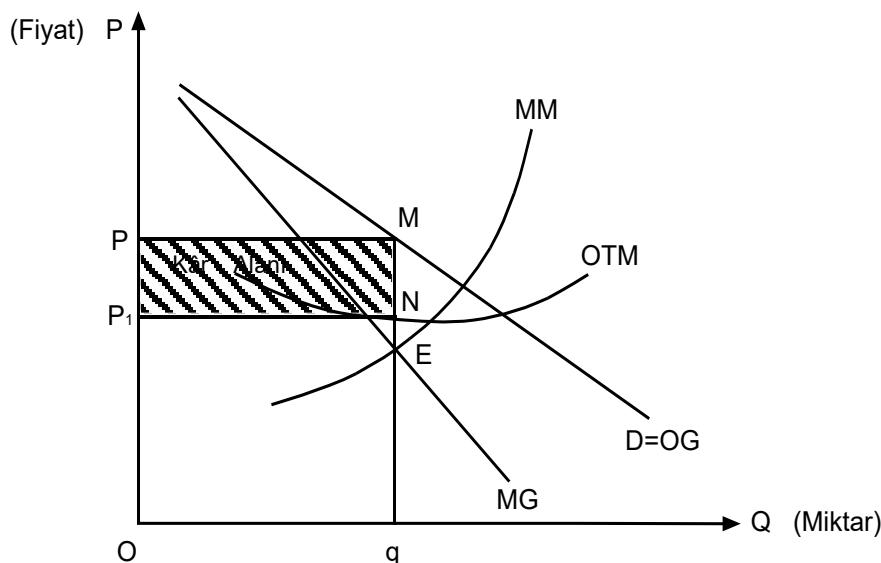
9.8.1. Kısa Dönem Firma Dengesi

Monopollü rekabet piyasasında yer alan firmaların kendilerine özgü bir alıcı kitlesi bulunduğuundan monopolcu gibi davranışmaktadır (Krugman ve Robin, 2009). Üretim düzeyi marjinal maliyeti ile marjinal gelirine eşit olduğu noktada belirlenmekte ve bunu mümkün olan en yüksek fiyattan satmaya yönelmektedir. Buna karşın monopol ile monopollü rekabet piyasaları arasında önemli farklar bulunmaktadır. Birinci fark monopollü rekabet piyasasındaki firmanın karşılaştı-

ğı talep daha esnek bir taleptir. Bunun nedeni de malların ikame derecesinin yüksek olmasıdır. Bu yüzden firmalar mallarını farklılaşmış gibi göstererek esnekliği düşürmeye çalışmaktadır.

İkinci fark bu piyasadaki firmalar mal farklılaştırmasını tüketicilere kabul etmek için monopolcüden daha fazla tanıtma masraflarına katlanmak zorunda kalmaktadır. Bu da firma maliyetlerinin yükselmesine neden olmaktadır.

Monopollü rekabet piyasasında faaliyette bulunan bir firmanın kısa dönem dengesi Şekil - 89'da gösterilmektedir.

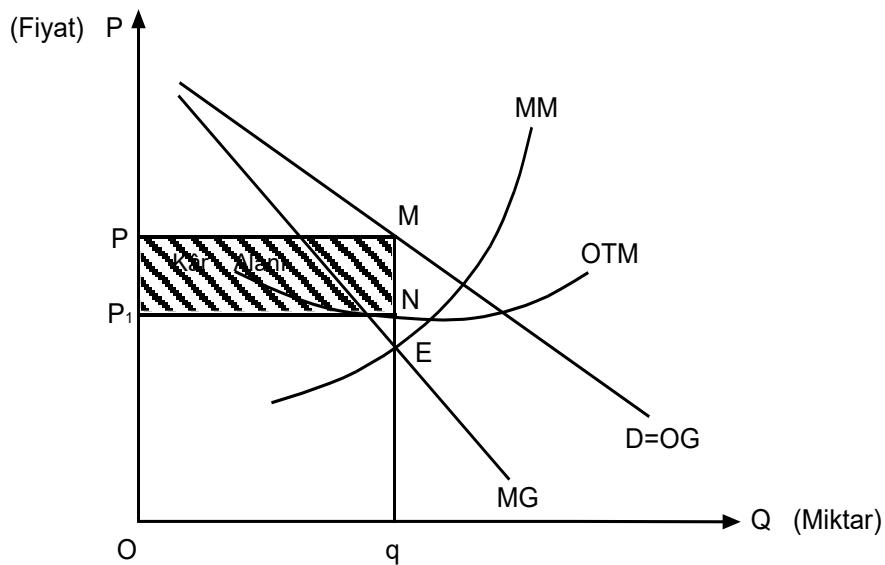


Şekil 89.

Firma marjinal maliyeti ile marjinal gelirinin kesiştiği E noktasında dengeye gelmektedir. Firma q kadar malı P fiyatından satarak $PMNP_1$ alanı kadar aşırı kâr elde etmektedir. Bu piyasada faaliyet gösteren firmalar benzer maliyet şartları altında farklı kalitede benzer mallar üretmektedirler. Bu nedenle piyasadaki firmaların elde ettikleri kârların çok farklı olamayacağını söylemek mümkündür.

9.8.2. Uzun Dönem Firma Dengesi

Monopollü rekabet piyasası kısa dönemde monopol piyasasına benzemekte ve aşırı kâr sağlanmaktadır. Kısa dönemdeki aşırı kâr bu piyasaya yeni firmaların girmesine neden olmaktadır. Bu durumda mevcut firma müşterilerinin bir kısmı yeni firmalara kaymaktadır. Yeni firmaların piyasaya girişi mevcut firmaların mallarına olan talebi dolayısıyla elde ettikleri aşırı kârları azaltmaktadır. Bu durum piyasada aşırı kâr elde eden firmalar açısından kâr kalmayincaya yani tüm firmalar normal kâr elde edene kadar devam etmektedir. Normal kâr düzeylerinde hem firmalar hem de piyasa dengeye gelmiş olmaktadır. (Şekil - 90)



Şekil 90.

Şekilde monopollü rekabet piyasasındaki firma marginal maliyet ile marginal gelirin kesiştiği E noktasında dengeye gelmektedir. Bu; firmanın kısa dönem dengesi olarak kabul edilirse, üretim düzeyi q , satış fiyatı ise P 'dir. Buna göre ortalama gelir Mq , ortalama maliyet Nq ise; birim kâr MN kadar olup, firma P_1PMN kadar aşırı kâr elde etmektedir. (Ülgen, 2019).

Uzun dönemde aşırı kârin yeni firmaları piyasaya çekmesi mevcut firma maliyetlerine olan talebin yeni firmalara kayması sonucu talep eğrisi D 'den D_1 'e yani sola doğru kaymaktadır. Bu durumda talep eğrisi uzun dönem ortalama maliyet eğrisine herhangi bir yerde (Şekilde N noktası) teğet olmaktadır. Böylece fiyatta P_1 'e düşmekte ve ortalama maliyete eşit olmaktadır.

Göründüğü üzere monopollü rekabet piyasasında firmanın kısa dönem dengesi monopolcü dengesine, uzun dönem dengesi ise tam rekabet piyasasındaki firma dengesine benzerlik göstermektedir.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * Monopol; çok sayıda alıcıya karşı, tek satıcının bulunduğu piyasa türüdür. Tek satıcı olması nedeniyle piyasaya hakim durumda olup; piyasa fiyatı üzerinde doğrudan kontrole sahiptir. Bu nedenle monopolcü firma için piyasada herhangi bir rekabet söz konusu değildir.
 - * Monopolcü firma da tam rekabet piyasalarında faaliyette bulunan firmalar gibi toplam gelir, ortalama gelir ve marginal gelir olmak üzere üç gelir elde etmektedir.
- * Piyasada tek firma olduğundan dolayı hem üretim miktarını hem de fiyatı belirleme imkânına sahiptir. Ancak her ikisini aynı anda belirlemek mümkün olamamaktadır. Monopolcü de rasyonel davranışın her firma gibi kârını maksimuma çıkaracak veya zararını minimuma indirecek bir denge düzeyi sağlamak amacındadır. Bunun için firma ya fiyatı belirleyip, buna göre kârı maksimum kılacak üretim düzeyini saptamakta veya üretim düzeyini belirleyip buna göre kârı maksimum kılacak fiyatı bulmaktadır.
 - * Monopolcünün karını artırmak amacıyla aynı mal ve hizmet için farklı fiyat istemesi veya daha fazla alanlara daha az alanlara oranla daha düşük fiyattan satmasına **fiyat farklılaştırması** denilmektedir. Fiyat farklılaştırması uygulaması için; piyasaların bölünebilmesi, talep esneklikleri farklı olması ve maliyetlerinde herhangi bir değişme olmaması gibi bazı koşulların bulunması gerekmektedir.
- * Belirli bir malın üretiminin sınırlı sayıda firma tarafından yapıldığı buna karşın çok sayıda alıcının bulunduğu piyasalara **oligopol piyasaları** denilmektedir. Oligopolculer satış yapmak için birbirleri ile rekabet ederler. Firmaların her biri ne kadar üretim yapacakları kararının piyasa fiyatını etkileyeceğini bilmektedirler. Her bir firma, bir dereceye kadar monopolcuya benzer piyasa gücüne sahiptir. Bu nedenle bu piyasadaki rekabet “mükemmel” değildir.
 - * **Monopollü rekabet piyasaları** hem tam rekabet hem de monopol piyasalarının özelliklerini yansıtan ve piyasada farklılaştırılmış mal ve hizmetlerin sunulduğu, çok sayıda satıcının bulunduğu piyasalardır. Firmalar piyasaya sundukları malları diğer mallardan farklı imiş gibi sunmakta; bu da firmaların her birine ayrı ayrı monopol gücü kazandırmaktadır.

Kaynakça

Bocutoğlu, E., Berber, M. ve Çelik, K. (1998). *İktisada Giriş*. Trabzon: Derya Kitabevi.

Çiçek, S. (2017). *Mikro İktisat*. Ankara: Efil Yayınevi.

Himmelweit, S., Roberto, S. ve Andrew, T. (2001). *Microeconomics*. Boston: Thompson.

Kirman, P. K. ve Lapiet, A. (1991). *Microeconomics*. Paris: PUF.

Krugman, P. ve Robin W. (2009). *Microeconomics*. New York: Worth Publishers.

Parasız, İ. (1999). *Mikroekonomi Orta Düzey Yaklaşım*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Perloff, J.M. (2001). *Microeconomics*. Boston: Addison Wesley.

Ülgen, G. (2014). *Mikro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Türkmen Kitabevi 7.Baskı

Ünsal, E. (2020). *Mikro İktisat*. Ankara: Murat Yayınları.

Yaylalı, M. (2004). *Mikro İktisat*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

Bölüm Soruları

- 1. İkamesi bulunmayan bir malın satıldığı piyasaya ne denir?**
 - A) Monopollü rekabet
 - B) Tam rekabet
 - C) Monopson
 - D) Oligopol
 - E) Monopol
- 2. Aşağıdakilerden hangisi Monopolcünün ortalama gelir eğrisini göstermektedir?**
 - A) Artan eğime sahip bir eğri
 - B) Azalan eğime sahip bir eğri
 - C) Yatay eksene paralel bir doğru
 - D) Dikey eksene paralel bir doğru
 - E) Önce artan sonra azalan bir eğri
- 3. Aşağıdakilerden hangisi Monopolcünün marjinal gelir eğrisini göstermektedir?**
 - A) Talebin altında kalan negatif eğimli bir doğrudur.
 - B) Talebin üstünde kalan pozitif eğimli bir doğrudur.
 - C) Ortalama gelire eşittir.
 - D) Talep eğrisine eşittir
 - E) Fiyata eşittir.
- 4. Aşağıdakilerden hangisi Monopolcünün marjinal maliyetinin marjinal geliri aştiği durumu ifade etmektedir?**
 - A) Denge durumundakinden daha düşük marjinal maliyet ile
 - B) Denge durumundakinden daha yüksek marjinal gelir ile
 - C) Denge üretimden düşük üretim hacmi
 - D) Denge üretimden yüksek üretim hacmi
 - E) Denge üretim hacmi
- 5. Aşağıdakilerden hangisi Monopolcünün kâr ettiği durumu ifade etmektedir?**
 - A) Marjinal maliyetin minimum olması
 - B) Marjinal gelirin maksimum olması
 - C) Toplam gelirin maksimum olması
 - D) Toplam gelir toplam maliyet eşitliği
 - E) Marjinal gelir marjinal maliyet eşitliği
- 6. Aşağıdakilerden hangi piyasa yapısı alış fiyatının belirlendiği piyasadır?**
 - A) Monopol
 - B) Monopson
 - C) Monopollü rekabet
 - D) Duopol
 - E) Oligopol
- 7. Az sayıda firmanın kârı artırmak için oluşturdukları birlilikler aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) Tröst
 - B) Tekel
 - C) Kartel
 - D) Noksan Oligopol
 - E) Tam Oligopol
- 8. Aşağıdakilerden hangisi Sweezy modeline göre firma davranışını açıklamaktadır?**
 - A) Rakibin maliyeti sabittir
 - B) Rakibin satış miktarı sabittir
 - C) Rakibin fiyatı sabittir
 - D) Fiyat artarken rakipler izlemez, düşerken izlerler
 - E) Fiyat düşerken rakipler izlemez, artarken izlerler

9. Aşağıdakilerden hangisi monopollü rekabet ile monopol piyasaları arasındaki farklılığı ifade etmektedir?

- A) Reklam giderleri
- B) Müşteri sayısı
- C) Talebin esneklik derecesi
- D) Yüksek fiyattan mal satışı
- E) Düşük fiyattan mal satışı

10. Monopollü rekabet piyasası uzun dönem firma dengesi hangi piyasa yapısı ile benzerlik göstermektedir?

- A) Monopol
- B) Monopson
- C) Duopol
- D) Oligopol
- E) Tam rekabet

Cevap Anahtarı

1. E	2. B	3. A	4. D	5. E
6. B	7. C	8. D	9. A	10. E



10. MİLLÎ GELİR

“Büyüme, başlı başına bir amaç değildir. Yaşam standartlarını artttırmak üzerine eğilmeliyiz.”

Joseph Stiglitz



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Bir ekonomide bir yılda üretilen mal ve hizmetlerin toplam değerinin o ülkenin millî gelirini ifade ettiğini anlayabilir.
- Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılan analizlerde kullanılan ölçünün kişi başına millî gelir değeri olduğunu öğrenebilir.
- Yatırım çeşitleri içinde büyümeye ve istihdam yaratan büyümeyenin hangisi olduğunu öğrenebilir.

Başlamadan Önce

Bu bölüm ile birlikte toplum düzeyindeki ekonomik büyülüklerin iktisadi faaliyetlerine göre konu başlıklarını incelenecaktır. Bu doğrultuda bir ülkenin bir yılda üretilen mal hizmet miktarının ifadesi olan millî gelir açıklanacaktır. Daha sonra millî gelire ilişkin GSYİH, SMH, Kişisel gelir, Harcanabilir gelir, KBMG, Nominal ve Reel millî gelire ilişkin bazı tanımlar anlatılacaktır. Bunların yanı sıra millî gelirin üretim, gelir, harcama yöntemleri ile hesaplanması konuları açıklandıktan sonra millî geliri belirleyen faktörlere degeinilecektir.

Birlikte Düşünelim

1. Millî gelir kaç şekilde hesaplanmaktadır?
2. Kişisel gelir ve harcanabilir geliden hangisi gerçek satın alma gücünü yansıtmaktadır?
3. Bir ekonomide büyümeye reel millî gelire mi nominal millî gelire göre mi gerçekleşmektedir?

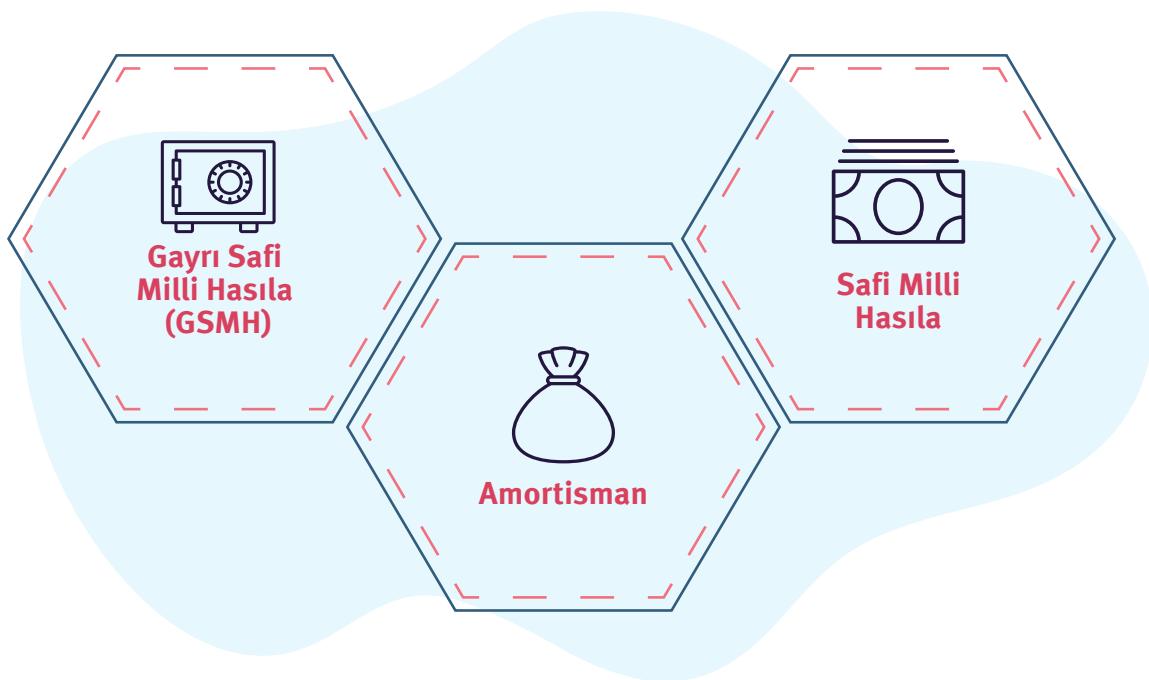
10.1. Tanımlar

Bir ülkede belirli bir dönemde ekonominin genel durumunun belirlenmesi için mili gelir hesapları kullanılmaktadır. Millî gelir hesapları ekonomik faaliyetlerin genel bir özetini sunmanın yanında, ülkedeki üretim, gelirler ve harcamalar arasındaki karşılıklı ilişkileri de göstermektedir. Böylece millî gelir hesapları ülkedeki üretim, gelir ve istihdam düzeyinin nasıl belirlendiğini ortaya koymaktadır (Bilgili, 2014).

Belli bir dönemde mal ve hizmet üretimine katılan faktörlerin bunun karşılığında aldığı payların toplam değerini gösteren millî gelir hesapları, ekonominin genel durumu hakkında bilgi verirken; uluslararası kalkınma karşılaştırmalarında da bir gösterge niteliği taşımaktadır.

Gelirin kaynağı üretimidir. Ulusal ekonominde; belli bir dönemde (bir yılda) mal ve hizmet üretimine katılan faktörlerin, bunun karşılığında aldığı payların toplam değerine millî gelir denilmektedir.

Millî gelir, ekonominin genel durumu hakkında bilgi verirken; uluslararası kalkınma karşılaştırmalarında da bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Bocutoğlu, 2015).



Görsel 10. Kavramlar

- **Gayri Safi Millî Hasıla (GSMH):** Bir ülkede belirli bir dönemde (bir yıl içinde) üretilen nihai mal ve hizmetler toplamının piyasa fiyatlarına göre para ile ifadesidir.

- **Amortisman:** Ekonomide her yıl mal ve hizmetler üretilirken geçen yıldan devralınan makine, bina, yol, köprü gibi sermaye teçhizatında belirli miktarda

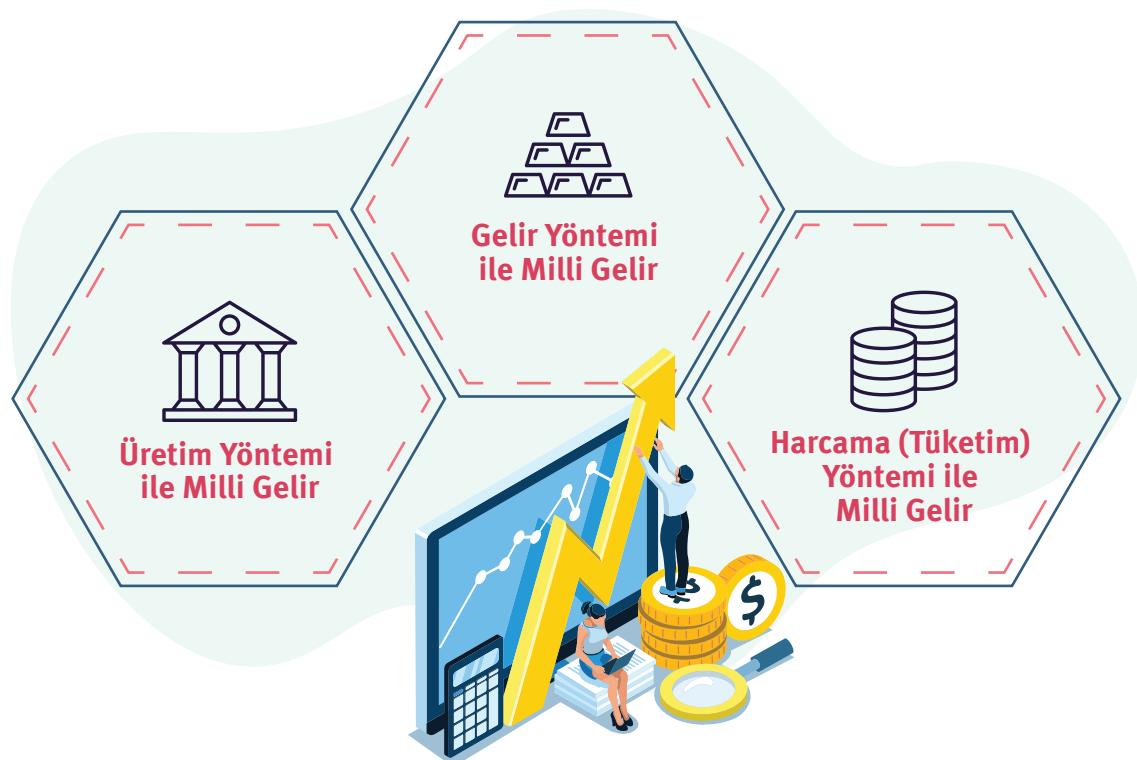
meydana gelen eskime, aşınma ve yıpranmanın para ile ifadesine amortisman denilmektedir.

- **Safi Millî Hasıla:** Bir ülkede belirli bir dönemde (bir yıl) üretilen nihai mal ve hizmetlerin piyasa fiyatlarına göre hesaplanan değerine eşit olan gayrı safi millî hasıla o ülkenin ele alınan dönemde iktisadi gücündeki gerçek artışı göstermemektedir. Çünkü GSMH üretim sırasında meydana gelen aşınma ve eskimeleri dikkate almamaktadır. Oysa bir ülkede belli bir dönemde mal ve hizmet üretimi yolu ile iktisadi gücünde meydana gelen gerçek artışı hesaplamak için; üretim sırasında sermaye teçhizatında aşınma ve eskime suretiyle meydana gelen değer kaybını üretimin piyasa değerinden düşmek gerekmektedir. İşte gayrı safi millî hasıadan amortisman payı düşüldüğü zaman safi millî hasıla elde edilmektedir.

$$\text{SMH} = \text{GSMH} - A$$

10.2. Millî Gelirin Hesaplanması

Millî gelir üç şekilde hesaplanmaktadır.



Görsel 11. Millî Gelir Hesaplama Şekilleri

10.2.1. Üretim Yöntemi ile Millî Gelir

Bir ekonomide bir yılda üretilen nihai mal ve hizmetlerin piyasa değeri ile ifade edildiği bir hesaplama yöntemidir. Tarım, sanayi hizmetler gibi tüm sektörlerde üretim faktörlerinin yarattığı nihai mal ve hizmetler piyasa fiyatları ile değerlendirilmektedir (Bocutoğlu, 2016). Burada ifade edilmesi gereken, millî gelir hesaplamasında nihai mal ve hizmetlerin dikkate alınmasıdır. Çünkü ara malı dediğimiz mallar da hesaplamada göz önüne alındığında çift sayma olur ki millî gelir rakamı gerçek değerinden daha yüksek çıkar. Örneğin bir arabanın fiyatı millî gelire dahil edildikten sonra; arabanın yapımında kullanılan parçalar ara mal olarak adlandırılır ve bunların değeri millî gelire dahil edilmez. (Ülgen 2019). Uygulamada çift saymadan kaçınmak için katma değerlerle hesaplama yapılmaktadır. Bir malın üretimindeki her safhada, üretimin sadece o safhasında mala ilave edilen katma değer hesaplamaya dâhil edilmektedir.

Buna göre üretim yolu ile millî gelir hesaplanırken; üretilen nihai mal ve hizmet miktarları o dönemin fiyatları ile çarpılıp toplanmaktadır. Buna dış yatırım gelirleri ilave edilip; elde edilen GSMH'dan amortisman ve dolaylı vergiler çıkarılınca millî gelir bulunmaktadır.

10.2.2. Gelir Yöntemi ile Millî Gelir

Gelir yöntemi ile millî gelirin hesaplanması dört temel faktör geliri dikkate alınmaktadır. Kişiler gelirlerini; **emek** geliri olarak ücret, sermaye geliri olarak faiz ve kira, girişim geliri olarak kâr, doğal kaynak geliri olarak rant şeklinde kazanmaktadır (Abel ve diğerleri, 2011).

Her kişinin ifade edilen şekilde kazandığı gelirini saptayıp, bunları toplamak suretiyle millî geliri hesaplamak mümkündür. Şu hâlde bir yıl içinde elde edilen ücret, maaş, faiz, kira, kâr ve rantlar toplandığında bir ülkenin millî geliri bulunmaktadır.

Vergi alışkanlığının zayıf, araştırma ve istatistiklerin yetersiz olduğu bir ülke de millî gelir yöntemi ile hesaplamak oldukça güçtür. Bu nedenden dolayı Türkiye'de de millî geliri bu yöntemle hesaplamanın zorluğu sebebiyle millî gelir hesaplamaları üretim yöntemi ile yapılmaktadır (Egilmez, 2016). Bununla birlikte Türkiye İstatistik Kurumu'nun millî geliri gelir yöntemi ile hesaplama girişimleri bulunmaktadır.

10.2.3. Harcama (Tüketim) Yöntemi ile Millî Gelir

Harcama yöntemi ile millî gelirin hesaplanması bir ekonomide bir yılda nihai mal ve hizmetler için yapılan harcamaların toplamı göz önüne alınmaktadır. Bu yöntemde belirli dönemde (bir yıl) yapılan tasarrufların tamamının gayri safi yatırım harcamaları ile tasarruf edilen değerleri ayrı ayrı belirleme esasına dayanmaktadır. Tüketim harcamaları aile bütçesi anketlerine göre, tasarruflar ise bankalardaki cari hesaplar, alacak ve pay senetleri alım-satımında tasarruf harkeitlerini gösteren bilgilere göre hesaplanmaktadır. Bu bakımdan toplam harca-



Anahtar Kavram

Emek: Belli bir ücret veya bedel karşılığı olarak üretim sürecinde temel faktörlerden biri olarak yer alan beden veya zihin gücüdür.

malar toplam gelire eşittir (Egilmez, 2009). Çünkü yaratılan gelirler bir yandan tüketime diğer yandan yatırıma gittiğinden; yatırım ve tüketim toplamı bir bakıma gelir toplamına eşit olmaktadır. Harcama yönünden millî gelire dış alem gelirleri de katılmaktadır.

Millî geliri hesaplama yöntemlerinden Türkiye için kullanılan yukarıda da ifade edildiği üzere üretim yöntemi olup; diğer iki yöntem deneme ve kontrol amacıyla kullanılmaktadır.

10.3. Millî Gelir ile İlgili Diğer Kavramlar

Millî gelir; üretim faktörlerinin (ülke halkın) gelir ve satın alma gücünü göstermektedir. Millî geliri hesaplamada amaç; ülkenin zaman akımı içinde üretim kapasitesi değişikliğini ve ülke halkın refah seviyesi değişimelerini ölçmek ve izlemektir. Bu nedenle ülke halkın gelirlerinin ve satın alma güçlerinin seviyesinin bilinmesi için gayrı safi yurtiçi hasıla, kişisel gelir, harcanabilir gelir, kişi başına gelir ile nominal ve reel gelir kavramlarının da bilinmesi gerekmektedir.

- **Gayrı Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH)**
- **Kişisel Gelir**
- **Harcanabilir Gelir**
- **Kişi Başına Millî Gelir**
- **Nominal Millî Gelir ve Reel Millî Gelir**



Görsel 12. Kavramlar

10.3.1. Gayrı Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH)

Gayrı safi yurtiçi hasıla belirli bir dönemde (bir yıl) bir ülkenin ulusal sınırları dahilinde üretim faktörlerinin kullanılmasıyla oluşan nihai mal ve hizmetlerin toplam değerini yansıtmaktadır. Gelişen ekonomik ilişkiler ülkelerarası ticaretin gittikçe artmasına olanak sağlamaktadır. Böylece bir ülke vatandaşının başka bir ülkede çalışarak elde ettiği gelirleri kendi ülkesine transfer edebilmektedir. Ülkelerin millî gelir düzeyinin sahılı olarak belirlenmesi açısından GSMH 'dan

dış alem gelirleri çıkarılarak GSYİH' ya yani sadece ülke sınırları içinde üretilen mal ve hizmetlerin parasal değerine ulaşılmaktadır. (Ülgen, 2019)

GSYİH' ya önceki dönemdeki mal ve hizmet değerleri değil; sadece cari dönemdeki üretim değerleri piyasa fiyatlarına göre dâhil edilmektedir.

10.3.2. Kişisel Gelir

Kişisel gelir, halkın belli bir dönemde filen elde ettiği gelirdir. Elde edilen gelirin bir kısmı emekli sandığı ve sosyal sigorta kurumlarına ödenen **sigorta primleri**, dağıtılmayan şirket kârları ve kurumlar vergisi olarak kesildiğinden millî gelirden düşülmekte, buna karşın devletin kişilere verdiği sübvansiyonlar ile transfer ödemeleri ise ilave edilerek, kişisel gelire ulaşılmaktadır (Düzgün, 2015). Buna göre kişilerin paylaşabileceği mili geliri ifade eden kişisel geliri aşağıdaki şekilde ifade etmek mümkündür.

Kişisel Gelir: Millî Gelir - (Emekli Sandığı Kesintileri + Sosyal Sigorta Aidatları + Dağıtılmayan Şirket Kârları + Kurumlar Vergisi) + (Subvansiyonlar + Transfer Ödemeleri)

10.3.3. Harcanabilir Gelir

Harcanabilir gelir, kişinin serbestçe kullanabileceği geliri olup, kişisel gelirden doğrudan vergiler çıkarıldıkten sonra elde edilen gelire denir. Doğrudan vergiler; gelir vergisi, kurumlar vergisi, veraset ve intikal vergisi, banka ve sigorta muamele vergisi gibi vergilerdir. Bu tür vergiler gelire orantılı olarak ödenmektedir. Bu nedenle kişiler belli bir dönemde elde ettiği gelirin tamamını kullanamakta, bir kısmını gelir vergisi, taşit vergisi, veraset vergisi, banka ve sigorta muamele vergisi olarak devlete doğrudan vergi olarak vermektedir. (Ülgen, 2017). Buna göre kişinin harcanabilir geliri elde ettiği gelirden doğrudan vergiler öden dikten sonra kalan kısmıdır.

Harcanabilir Gelir = Kişiisel Gelir – Doğrudan Vergiler

Kişiler harcanabilir gelirlerinin bir kısmını tüketim harcamaları, bir kısmını ise tasarruf olarak kendi tercihlerine göre serbestçe bölüştürebilmektedir. Bu durumda bir ekonomide tüketim harcaması ile tasarrufların hangi düzeyde olacağı harcanabilir gelir düzeyine bağlı olmaktadır.

10.3.4. Kişi Başına Millî Gelir

Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılan analizlerde kullanılan ölçü millî gelir olmayıp; kişi başına millî gelirdir (Egilmez, 2009). Herhangi bir ülkenin millî geliri o ülke nüfusuna bölündüğünde kişi başına millî geliri elde edilmektedir.

$$\text{Kişi Başına Millî Gelir} = \frac{\text{Millî Gelir}}{\text{Ülke Nüfusu}}$$

Kişi başına millî gelir seviyesi bir ülke ekonomisinin zenginliği hakkında tam, sosyal refah düzeyi bakımından kısmi bir fikir vermektedir. Bir ülkede kişi başına gelir düzeyi yüksek ise o ekonomi zengindir. Böyle bir zenginlik sosyal refah düzeyinin zorunlu şartı olmakla birlikte yeterli şartı değildir. Zira sosyal refah düzeyinin yüksek olabilmesi için millî gelirin bireyler ve aileler arasında az çok eşit bir şekilde dağıtılması gerekmektedir. Aksi halde adaletsiz bir gelir dağılımında ise az sayıda bir grup refah içinde olurken; büyük çoğunluk sıkıntı içinde bulunabilir.

Ayrıca ülkeler arası gelişmişlik düzeyinin belirlenmesi amacıyla yapılacak kişi başına millî gelir karşılaştırılmalarının sağlıklı yapılabilmesi için millî gelir rakamların uluslararası ödemelerde kabul edilen para cinsinden olması gerekmektedir ki; genellikle dolar cinsinden değerlendirilmeye tâbi tutulmaktadır.

10.3.5. Nominal Millî Gelir ve Reel Millî Gelir

Millî gelirin zaman sürecindeki gelişmesi izlenmek istenildiğinde fiyatlar genel düzeyindeki değişimleri saptamak gerekmektedir (Ülgen, 2017). Çünkü günlük hayatı hem üretim miktarı hem de fiyatlar sürekli arttığından ancak bu yolla gerçek değerlere ulaşılabilir olmaktadır.

Böyle bir durumda üretim miktarının artış oranı, fiyatlardaki artış oranından daha fazla ise millî gelir artışı reeldir. Örneğin üretim %7 artarken; fiyatlar %5 artmışsa bu reel bir artışı ifade etmektedir. Eğer fiyatlardaki artış oranı, üretimin artış oranından fazla ise millî gelirdeki artış nominal olacaktır. Örneğin fiyatlar %4 arttığında üretim artışı %2 oranında ise millî gelir nominal olarak artmıştır. (Ülgen, 2019)

Nominal millî gelirdeki artış bir ülkede belli bir dönemde gerçekleştirilen üretimin sadece parasal değeri hakkında fikir vermekte olup; ekonomik büyümeye ve refah seviyesi açısından sağlıklı bilgiyi yansıtımamaktadır (Jones, 2012). Çünkü millî gelirdeki artışın bir kısmı üretimdeki artıştan kaynaklanabileceği gibi önemli bir kısmı fiyatlardaki artıştan oluşabilir. Böylece fiyatların sürekli yükseldiği (enflasyonlu) ekonomilerde nominal millî gelirdeki artışlar gerçek artışları yansıtımamaktadır. Bu durumda fiyat artışları millî gelirde gerçek bir artış olmasına rağmen millî geliri artmış gibi gösterebilmektedir.

Reel millî gelire ise; üretilen mal ve hizmetlere o yılın cari fiyatları ile değil de temel yılın fiyatları baz alınarak ulaşılabilir olmaktadır. Sabit fiyatlarla millî gelir olarak da tanımlanan reel millî gelirin bulunabilmesi için; nominal millî gelirin temel olarak alınan yılın fiyat endeksine bölünmesi gerekmektedir.

$$\text{Reel Millî Gelir} = \frac{\text{Nominal Millî Gelir}}{\text{Fiyat Endeksi}}$$

Nominal Millî gelirdeki yüzde değişme ile fiyatlar genel düzeyindeki yüzde değişme aynı ise reel millî gelirde bir değişme olmamaktadır. Reel millî gelirdeki artış; nominal millî gelirdeki artışın fiyatlar genel düzeyindeki artıstan daha yüksek olmasına bağlı olmaktadır.

10.4. Millî Geliri Belirleyen Faktörler

Millî geliri belirleyen faktörleri üretim, harcama ve gelir yönünden belirlemek mümkündür. Millî gelir harcama yönünden; tüketim ve yatırım harcamalarından oluşmaktadır. Millî geliri Y , tüketim harcamalarını C , yatırım harcamalarını da I ile gösterirsek;

$$Y = C + I$$

olur.

Millî geliri gelir yönünden ifade etmek istediğimizde ise millî gelir tüketim harcamaları ile tasarrufların toplamına eşit olmaktadır. Tasarrufları da S ile gösterirsek;

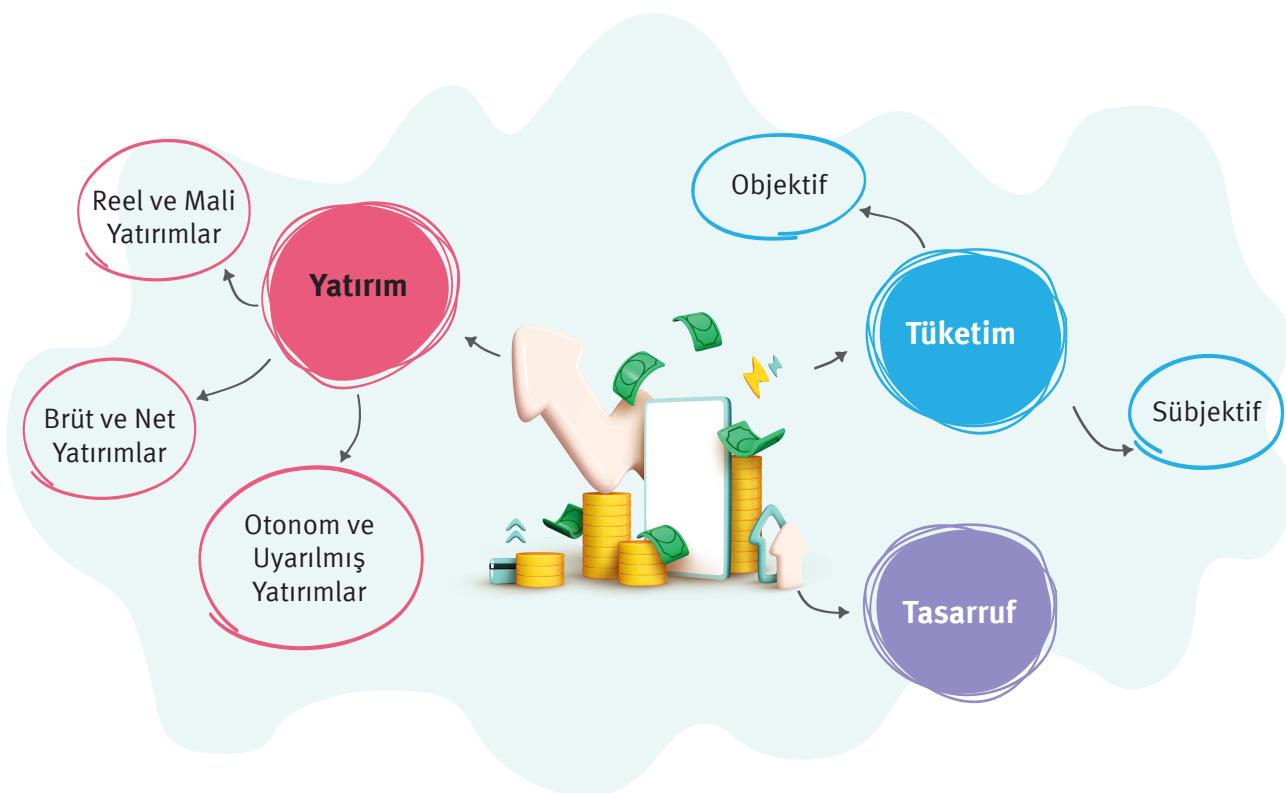
$$Y = C + S$$

olur.

Birinci ve ikinci denklemde yer alan gelir düzeyleri ile tüketim harcamalarının özdeşliği; dengede yatırımlarla tasarrufların birbirine eşit olacağını göstermektedir.

$$I = S$$

Millî geliri belirleyen bu faktörlerin özellikleri ile millî gelir denge düzeyinin belirlenmesindeki rolünü ve bu faktörlerdeki değişmenin millî gelir üzerindeki etkileri incelenmeye çalışılacaktır.



Görsel 13. Millî Geliri Belirleyen Faktörler

10.4.1. Tüketim

Her türlü ihtiyaçları karşılamak amacıyla yapılan harcamalara tüketim denilmektedir. İnsanlar elde ettikleri gelirlerinin önemli bir kısmını gereksinim duyduğu mal ve hizmetleri satın almak için harcamaktadır.

İktisadi anlamda tüketim harcamaları ise; bir ekonomide belli bir dönemde tüketicilerin ihtiyaçlarını doğrudan karşılayacakları mal ve hizmetlere yaptıkları harcamaların toplamını ifade etmektedir.

10.4.2. Tüketimi Etkileyen Faktörler

Bir ülke ekonomisinde kişiler harcanabilir gelirlerinin önemli bir kısmını ihtiyaçlarını giderecek mal ve hizmet satın almak için ayırmaktadırlar. Buna göre tüketim harcanabilir gelire bağlıdır. Ancak harcanabilir gelirin ne kadarının tüketim ne kadarının tasarrufa ayrılacağını belirleyen bazı faktörler bulunmaktadır.

Tüketim harcamalarını etkileyen faktörler Keynes tarafından objektif ve sübjektif olmak üzere iki grupta ifade edilmiştir. Sübjektif nedenler insan doğasından kaynaklanan ve onu kişisel gelirlerinin tümünü harcamaktan alıkoyan nedenlerdir. Bunları; güven, ihtiyat, kazanç, yaşam standardını yükseltme, özgürlük, miras bırakma gibi etkenler olarak saymak mümkündür. Objektif nedenler ise; gelecekteki gelirleri ile ilgili tahminlerdeki değişimeler, faiz oranındaki değişimeler, vergi ve para politikalarındaki değişimeler olarak gösterilmektedir.



İpucu

Para Politikası konusuna 14. Bölümde yer verilecektir.

Tüm bu nedenlerin yanı sıra gelir düzeyinin yüksekliği, fiyatlar genel düzeyi (artış veya azalış) ile ilgili tahminler, sosyal statü, gösteriş merakı ve eğitim seviyesi de tüketimi etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. (Ülgen, 2017).

10.4.3. Tasarruf

Gelirin tüketime ayrılmayan kısmına tasarruf denir. İktisadi anlamda tasarruf; herhangi bir yatırımda kullanma arzusuyla gelirin harcanmayıp elde tutulmasını ifade etmektedir.

İnsanlar gelirlerinin ne kadarını tüketip ne kadarını tasarruf edeceklerine kendileri karar verirler. Bu karar harcanabilir gelirlerinin tüketim ve tasarruf arasında nasıl bölüneceği konusunu belirlemektedir. Böylece tüketim harcamalarında olduğu gibi tasarruflar da; harcanabilir gelire bağlı olup, onun bir fonksiyonu olmaktadır. Başka ifade ile millî gelir kullanım yönünden tüketim ile tasarruf toplamından oluşmakta olup;

$$Y = C + S$$

şeklinde ifade edilmektedir.

10.4.4. Yatırım

Bir ekonomide belli bir dönemde üretim araçları mevcuduna yapılan ilâveler ile bu ilâveleri mümkün kılan harcamalara yatırım denilmektedir.

Yatırım ekonominin üretim kapasitesini büyütüğü için, iktisadi büyümeye ona bağlıdır (Paya, 2014). Büyümenin sağlıklı olabilmesi için hedeflenen tasarruflar ile hedeflenen yatırım miktarlarının uyum içinde olması gerekmektedir. Aksi takdirde hedeflenen tasarruflar hedeflenen yatırımları aşarsa işsizlik; yatırımların tasarrufları aşması halinde ise enflasyon gibi olumsuzluklar ortaya çıkmaktadır.

Yatırımları kişi ve işletmelerin yaptıkları özel yatırımlar ve devlet yatırımları olarak iki bölüme ayırmak mümkündür. Özel yatırımlar genellikle kâr amacına yönelik olarak yapılrken; devlet yatırımları toplum için gerekli ve faydalı görülen alanlara yöneliktir.

10.4.5. Yatırım Çeşitleri

1- Reel ve Mali Yatırımlar: Reel yatırımlar sermaye mallarını ifade etmeye olup; ekonominin makine, teçhizat, yol, bina gibi reel değerlerine bir dönem içinde yapılan ilâvelerdir. Mali yatırımlar ise; bir alacak hakkının veya bir sermaye malı (hisse senedi alım-satımı) üzerindeki mülkiyet hakkının el değiştirmesi şeklinde ortaya çıkan işlemlerdir. Reel yatırımlar sonucu ekonomiye yeni gelir ve istihdam alanları yaratılırken (bir fabrika kurulması) mali yatırımlarda aynı durum söz konusu olmamakta ve sadece mülkiyet el değiştirmiştir olmaktadır. (Fabrika sahibinin değişmesi). (Ülgen, 2019)



İpucu
Müzik sanatları konusuna 5. Bölümde yer verilecektir.

2- Brüt ve Net Yatırımlar: Brüt yatırımlar bir ekonomide belirli bir dönemde yapılmış olan tüm yatırım toplamını ifade etmektedir. Üretim sırasında kullanılan sermaye malları aşınıp, eskiyeceğinden yeni sermaye mallarının bir kısmı bunların yerine geçer ki ikame yatırımlar olarak adlandırılmaktadır. İşte brüt yatırım- dan sermaye mallarının aşınan, eskiyen kısmı (ikame yatırımlar) çıkarıldıkten sonra elde edilen yatırım miktarına net yatırım denir.

3-Otonom ve Uyarılmış Yatırımlar: Otonom yatırımlar, gelir ve talep değişimlerinden etkilenmeyen yatırımlardır. Bu nedenle millî gelir düzeyi ile uyarılmayan veya kâra dayanmayan yatırımlar olup; devletin alt yapı yatırımları (hastane, yol, baraj) örnek olarak gösterilebilir (Pekin, 2012). Uyarılmış yatırımlar ise; millî gelir düzeyindeki (özellikle artışlardaki) değişimlere bağlı olarak tüketim harcamalarında bir dönemden diğer döneme meydana gelen değişimleri karşılamak için; müteşebbislerin mal ve hizmet üretmek amacıyla mevcut sermaye mallarına yaptıkları ilavelerdir. Yeni açılan bir otoyol kenarına kurulan benzin istasyonları, satış merkezleri, otel ve moteller uyarılmış yatırıma örnek olarak sayılabilir.



Anahtar Kavram

Talep Değişmesi ve Talep Eğrisinde Kaymalar konusuna 2. Bölümde yer verilmiştir.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * Bir ekonomide belli bir dönemde (bir yılda) mal ve hizmet üretimine katılan faktörlerin, bunun karşılığında aldıkları payların toplam değerine millî gelir denilmektedir. Millî gelir hesapları ekonomik faaliyetlerin genel bir özeti sunmanın yanında, ülkedeki üretim, gelirler ve harcamalar arasındaki karşılıklı ilişkileri de göstermektedir.
 - * Gayrı Safi Millî Hasıla (GSMH): Bir ülkede belirli bir dönemde (bir yıl içinde) üretilen nihai mal ve hizmetler toplamının piyasa fiyatlarına göre para ile ifadesidir. Safi Millî Hasıla gayrı safi millî hasıadan amortisman payı düşüldüğü zaman safi millî hasıla elde edilmektedir.
- * Millî gelir çeşitli şekillerde hesaplanmaktadır. Üretim yöntemi ile millî gelir, bir ekonomide bir yılda üretilen nihai mal ve hizmetlerin piyasa değeri ile ifade edildiği bir hesaplama yöntemidir. Gelir yöntemi ile millî gelir, dört temel faktör geliri dikkate alınmakta, bir yıl içinde elde edilen ücret, maaş, faiz, kira, kâr ve rantlar toplandığında bir ülkenin millî geliri bulunmaktadır. Harcama yöntemi ile millî gelir, bir ekonomide bir yılda nihai mal ve hizmetler için yapılan harcamaların toplamı göz önüne alınmaktadır.
 - * Gayrı safi yurtiçi hasıla belirli bir dönemde (bir yıl) bir ülkenin ulusal sınırları dahilinde üretim faktörlerinin kullanılmasıyla oluşan nihai mal ve hizmetlerin toplam değerini yansıtmaktadır. Kişisel gelir, halkın belli bir dönemde filen elde ettiği gelirdir. Elde edilen gelirin bir kısmı emekli sandığı ve sosyal sigorta kurumlarına ödenen sigorta primleri, dağıtılmayan şirket kârları ve kurumlar vergisi olarak kesildiğinden millî gelirden düşülmekte, buna karşın devletin kişilere verdiği sübvansyonlar ile transfer ödemeleri ise ilave edilerek, kişisel gelire ulaşılmaktadır. Harcanabilir gelir, kişinin serbestçe kullanabileceği geliri olup, kişisel gelirden doğrudan vergiler çıkarıldıkten sonra elde edilen gelire denir.
- * İktisadi anlamda tüketim harcamaları ise; bir ekonomide belli bir dönemde tüketicilerin ihtiyaçlarını doğrudan karşılayacakları mal ve hizmetlere yaptıkları harcamaların toplamını ifade etmektedir. Gelirin tüketime ayrılmayan kısmına tasarruf denir. Tasarrufta harcanabilir gelire bağlı olup, gelir arttıkça tasarrufta artacaktır.

Kaynakça

Abel, A. B., Bernanke, B. S. ve Croushore, D. (2011).

Macroeconomics.

Bilgili, Y. (2014). *Makro İktisat*. İstanbul: İkinci Sayfa Yayınevi.

Blanchard O. (2013). *Macroeconomics*. London: Pearson Education.

Bocutoğlu, E. (2015). *Karşılaştırmalı Makro İktisat*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Bocutoğlu, E. (2016). *Makro İktisat - Teoriler ve Politikalar*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Düzungün, R. (2015). *Genel Ekonomi*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.

Egilmez, M. (2009). *Makroekonomi, Türkiye'den Örneklerle*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Egilmez, M. (2016). *Makro Ekonomi*. İstanbul: Remzi Yayınevi.

Jones, C. I. (2012). *Macroeconomics*. New York: W. W. Norton & Company.

Paya, M. (2014). *Makro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Pekin, T. (2012). *Makro Ekonomi*. İzmir: Zeus Kitabevi.

Ülgen, G. (2017). *Makro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Türkmen Kitabevi. 7.Baskı.

Bölüm Soruları

- 1. Belli bir dönemde bir ekonomide üretilmiş bütün nihai mal ve hizmetlerin piyasa fiyatları ile hesaplanmış değeri aşağıdakilerden hangisidir?**

 - A) GSYH
 - B) SMH
 - C) GSMH
 - D) KG
 - E) Harcanabilir Gelir
- 2. Harcanabilir gelir sıfır iken birey ve toplumun zorunlu ihtiyaçları için yaptığı tüketim aşağıdakilerden hangisidir?**

 - A) Tüketim
 - B) Marjinal Tüketim Eğilimi
 - C) Ortalama Tüketim Eğilimi
 - D) Otonom Tüketim
 - E) Lüks Tüketim
- 3. Kişisel gelirden dolaylı vergilerin düşülmesiyle aşağıdakilerden hangisini elde ederiz?**

 - A) GSMH
 - B) SMH
 - C) MG
 - D) Harcanabilir gelir
 - E) GSYİH
- 4. Dönem üretiminin baz alınan bir yılın fiyatları ile hesaplanmasıyla bulunan gelir ölçüsüne ne denir?**

 - A) Nominal gelir
 - B) Reel gelir
 - C) Millî gelir
 - D) Harcanabilir gelir
 - E) Kişiisel gelir
- 5. Harcama yönünden millî gelir hesaplanmasında aşağıdakilerden hangisi kullanılmamaktadır?**

 - A) Tüketim
 - B) Yatırım
 - C) Kamu harcaması
 - D) Net ihracat
 - E) Kar
- 6. Aşağıdakilerden hangisi**
Ücret + Rant + Faiz + Kâr + Dolaylı Vergiler + Amortismanlar = ?
denklemini ifade etmektedir?

 - A) Gelirler yöntemi ile millî gelir
 - B) Harcamalar yöntemi ile millî gelir
 - C) Üretim yöntemi ile millî gelir
 - D) Nominal millî gelir
 - E) Reel millî gelir
- 7. Bir ekonomide bireylerin satın alma gücünü ifade eden kavram aşağıdakilerden hangisidir?**

 - A) GSMH
 - B) Kişiisel Gelir
 - C) Safi Millî Hasıla
 - D) Harcanabilir Gelir
 - E) Millî Gelir
- 8. Millî gelir hesaplamalarında katma değerlerin esas alındığı ölçme yöntemi hangisidir?**

 - A) Gelirler yöntemine göre GSYİH
 - B) Harcamalar yöntemine göre GSYİH
 - C) Üretim yöntemine göre GSYİH
 - D) Reel Millî Gelir
 - E) Hiçbiri

9. Aşağıdakilerden hangisi tüketim harcamalarını etkileyen faktördür?

- A) Faiz oranı
- B) Servet
- C) Kapasite kullanımı
- D) Teknolojik değişme
- E) Sermaye mallarının maliyeti

10. Gelirden bağımsız tüketim harcamalarına ne denir?

- A) Otonom Tüketim
- B) Uyarılmış Tüketim
- C) Toplam Tüketim
- D) Ortalama Tüketim
- E) Hiçbiri

Cevap Anahtarı

1. C	2. D	3. D	4. B	5. D
6. A	7. D	8. C	9. B	10. A



11. ENFLASYON

“Enflasyon, taşınmanıza gerek kalmadan daha pahalı bir muhitte oturmanızı sağlar.”

Paul Getty



Ders videosunu izlemek için QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Bir ekonomide enflasyonun hangi sebeplerden ortaya çıktığını anlayabilir.
- Her ülkenin ekonomik yapısının farklı özellikler taşıması nedeniyle enflasyonun çeşitli tanımlarını öğrenebilir.
- Bir ülkenin parasının yabancı paralar karşısında dış değerinin yükseltilme sebeplerini ortaya koyabilir.

Başlamadan Önce

Ekonomilerin karşılaştığı en önemli sorunlardan biri olan fiyatlar genel düzeyinde görülen sürekli artışları ifade eden enflasyon kavramı ele alınacaktır. Enflasyonun nedenleri olarak açık finansman politikası uygulaması, kredi hacminin genişlemesi, ödemeler dengesi fazlalığından kaynaklanan talep enflasyonu ile maliyet artışından kaynaklanan arz enflasyonu grafik yardımı ile açıklanacaktır. Daha sonra her ülkenin ekonomik koşullarına göre ortaya çıkan enflasyon çeşitleri; yapısal, kronik, sinsi ve hiperenflasyon konu başlıkları olarak yer almaktadır.

Birlikte Düşünelim

1. Bir ekonomide toplam talebin toplam arzdan fazla olması sonucu, fiyatlar genel düzeyinin sürekli olarak yükselmesini ifade eden kavrama ne denir?
2. Enflasyona neden olan etkenler hangileridir?
3. Deflasyon; kira, maaş, ücret gibi sabit gelirlerin lehine mi aleyhine midir?

11.1. Enflasyonun Tanımı

Bir ekonomide toplam talebin toplam arzdan fazla olması sonucu, fiyatlar genel düzeyinin sürekli olarak yükselmesine **enflasyon** denilmektedir (Ünsal, 2017). Ancak bazı malların fiyatlarının yükselmesi veya fiyatlarında sürekli olmayan artışlar enflasyon değildir. Enflasyon sayılabilen bir fiyat artışının genel ve sürekli olması gerekmektedir.

Enflasyon özellikle son yıllarda dünya ekonomilerinin karşılaştığı en önemli sorunlardan birisidir. Enflasyon ile ekonomideki para miktarının durumu arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. **Ekonomideki para miktarı ne kadar artarsa enflasyon oranının artma ihtiyimali o ölçüde yüksek olmaktadır.** Diğer yandan para miktarının değişmemesi durumunda enflasyonun oluşma ihtiyimali de oldukça zayıflamaktadır.

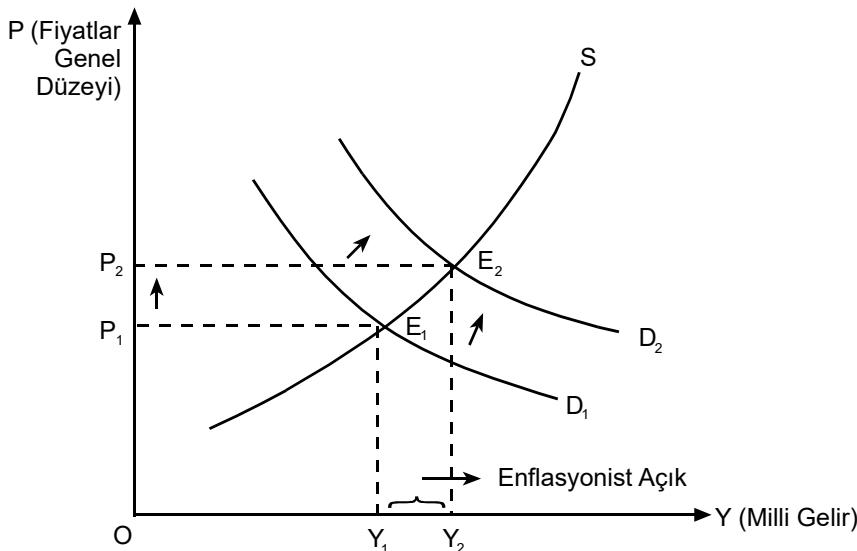
11.2. Enflasyonun Nedenleri

Enflasyonun hüküm sürdüğü ekonomilerde belirli bir fiyat düzeyinde toplam talep ile toplam arz arasında kurulmuş bulunan denge çeşitli nedenlerle bozulmaktadır. Enflasyon ile mücadelede başarı sağlamak için öncelikle enflasyonun hangi nedenlerden kaynaklandığını saptamak gerekmektedir. Genel olarak enflasyona neden olan etkenler göz önüne alındığında talep kaynaklı ve arz kaynaklı oldukları görülmektedir (Paya, 2014).

11.2.1. Talep Enflasyonu

Talep enflasyonu bir ülkede üretilen mal ve hizmetlerin toplam talebi karşılayamaması nedeniyle ortaya çıkan enflasyondur. Bir ekonomide devletin açık finansman politikası izlemesi (karşılıksız para basması), kredi hacminin genişlemesi, kişilerin ve kurumların kendi bünyelerinde saklı tuttukları paralarını doğaşına dâhil etmeleri ve ödemeler dengesi fazlalığından doğan gelir artışları gibi sebeplerle toplam talebin toplam arzı aşması sonucu ortaya çıkan bir durumdur. Diğer bir ifade ile talepte meydana gelen artışı karşılamak üzere arzın yeterli derecede arttırılamaması sonucu fiyatların yükselmesine yol açan bir süreçtir.

Talep enflasyonu iktisadi kaynakların tam olarak istihdam edilmediği, yani arzın arttırılmasının mümkün olmadığı ya da çeşitli darboğazlar nedeniyle (enerji, döviz, iş gücü yetersizliği gibi) üretimin arttırılamadığı dönemlerde ortaya çıkmaktadır (Bilgili, 2014). Ekonomide mal ve hizmet fiyatlarında meydana gelen artış, üretim faktörleri fiyatlarına yansiyarak; mal ve hizmet fiyatlarının daha da yükselmesine neden olabilmektedir (Şekil 91).



Şekil 91.

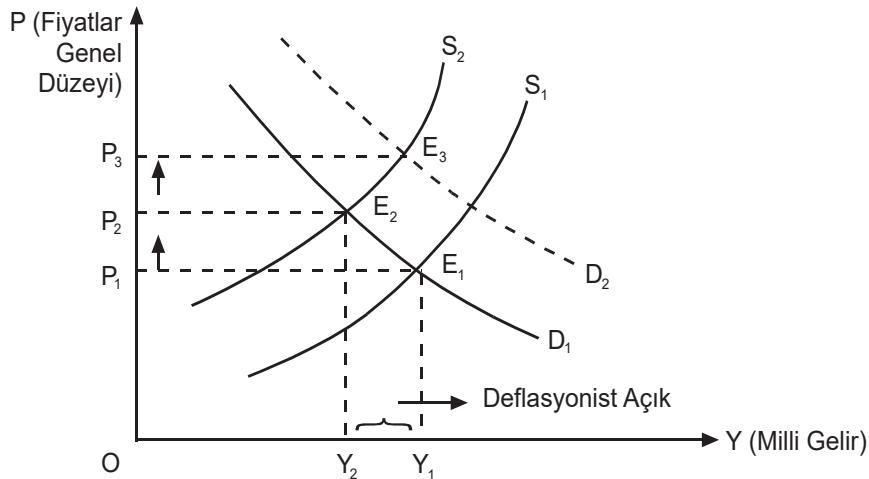
Toplam talebin toplam arzdan daha fazla olması durumunu yansitan Şekil 91'e göre; toplam talep ile toplam arz eğrisinin kesiştiği E_1 noktasında dengede olan bir ekonomide Y_1 millî geliri tam istihdam millî geliri varsayılmakta ve buna göre fiyatlar genel düzeyi ise P_1 olmaktadır. Yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı toplam talep artarak D_2 düzeyeine geldiğinde, fiyatlar genel düzeyi P_2 'ye millî gelir düzeyi de Y_2 'ye yükselmektedir (E_2 Denge noktasında). Ancak millî geliri Y_1 tam istihdam düzeyinden sonra arttırma imkânı olmadığından; millî gelirdeki Y_1-Y_2 kadarlık artış reel değil nominal bir artış olup; enflasyonist açığı ifade etmektedir. (Ülgen, 2019)

Fiyatlar genel düzeyinin P_1 'den P_2 'ye çıkması üretim faktörlerinin ve ücretlerin artmasına neden olacaktır. Sonuçta; üretim maliyetlerinin artışı arz miktarlarını sınırlı tutmakta ve artan talep ihtiyacına cevap veremez duruma gelmektedir.

11.2.2. Arz (Maliyet) Enflasyonu

Bir ekonomide enflasyon sürecinin, toplam talep harcamalarından bağımsız olarak üretim maliyetlerindeki artışlara bağlanmasıdır. Mal ve hizmet fiyatlarının oluşumunda maliyet koşulları esas alınıyorsa ve buna bağlı olarak fiyatlar genel düzeyi yükseliyorsa arz (maliyet) enflasyonu ortaya çıkmaktadır.

Bu tür enflasyonda; sendikaların, firmaların veya ham madde üreticilerinin piyasayı kontrolleri altına alma istekleri ile hükümetlerin getirdiği yeni düzenlemeler ve yeni vergi uygulamalarının da etkileri bulunmaktadır. Piyasayı kontrol gücüne sahip bir firma eğer kârını düşük buluyorsa mal ve hizmet fiyatını artıtabilir. Diğer yandan üretim faktörleri piyasasında rekabetin bozulması sonucu sendikalar pazarlık gücüne sahipse; iş gücünün verimliliğinin üzerinde ücret talep edebilmekte, diğer faktör sahipleri de girdi fiyatlarını yükseltebilmektedirler (Chamberlin ve Yueh, 2006). Ayrıca dışa bağımlı ekonomilerde bazı girdilerin ithal edilmesi gerekmektedir. Ülke parasının sürekli değer kaybetmesi sonucu ithal girdi fiyatlarının yükselmesi maliyet artışına neden olan diğer bir etkendir. (Şekil 92)



Şekil 92.

Şekilde talep enflasyonunda olduğu gibi ekonomi S_1 toplam arz eğrisi ile D_1 toplam talep eğrisinin kesiştiği E_1 noktasında dengeye gelmektedir. Bu denge noktasında fiyatlar genel düzeyi P_1 , millî gelir denge düzeyi ise Y_1 'dir. Yukarıda ifade edilen nedenlerden herhangi birinden ötürü S_1 arz eğrisi azalarak sol yukarıya S_2 'ye kaymaktadır. Bu durumda denge durumu E_1 'den E_2 'ye gelmekte ve fiyatlar genel düzeyi P_1 'den P_2 'ye yükselmektedir. Toplam talebin aynı kalması durumunda millî gelir düzeyi Y_1 'den Y_2 'ye düşmektedir. Hem fiyatların yükseldiği hem de eksik istihdam ve işsizliğin bulunduğu bu duruma durgunluk içinde enflasyon yani stagflasyon denilmektedir. Hükümetler bu durgunluğa ve artan eksik istihdama çözüm olarak para arzını arttırarak toplam talebi yükseltmeyi isteyebilmektedirler. Böylece toplam talep eğrisi D_1 'den D_2 'ye yükselirken; fiyatlar genel düzeyi de P_2 'den P_3 'e çıkmaktadır. (Ülgen, 2017). Buna göre; arz şoku etkisiyle fiyatlar genel düzeyi P_1 'den P_2 'ye çıkarken, daha sonraları talep şoku etkisiyle fiyatlar genel düzeyi bir kez daha P_2 'den P_3 'e yükselmektedir.



İpucu
İşsizlik çeşitleri konusuna
12. Bölümde yer verilecektir.



Film Önerisi

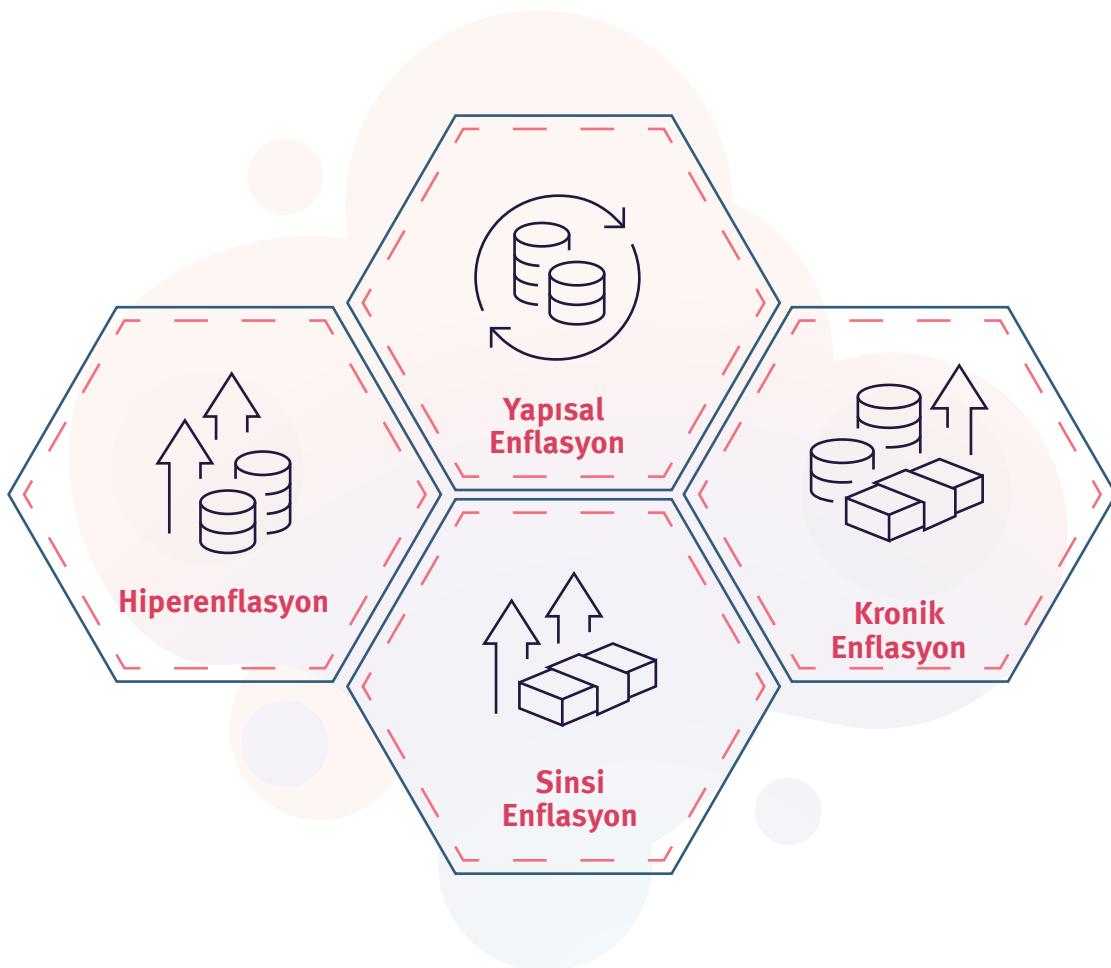
Büyük Açık (The Big Short) Adam McKay'in yönettiği 2015 yapımı filmdir. Film, Amerika'daki mortga-ge kriziyle (2008) birlikte küresel ekonomik buhranı konu edinmektedir. Michael Lewis'in çok satan kitabından uyarlanan film, modern bankacılığın hassas yönlerini başarılı şekilde ortaya koymaktadır.



Bu durumda fiyat yükselmeleri sonucu tüketicilere yansyan yüksek bir maliyet ortaya çıkmaktadır. Artan fiyatlar karşısında tüketicilerin de gelir artırma talepleri tekrar ücret ve kârların yükselmesine bu da maliyetlerin bir kez daha artmasına neden olarak enflasyonu sürekli hâle getirmektedir.

11.3. Enflasyon Çeşitleri

Günümüzde enflasyon uluslararası niteliğe sahip bir olay olup; az gelişmiş ülkelerden, kalkınma sürecini tamamlayan ülkelere kadar hemen hemen her ülkede mevcuttur. Bir ekonomide enflasyonun nedenlerinin talep kaynaklı ve arz kaynaklı olduğu yukarıdaki açıklamalarda ifade edilmiştir. Ancak her ülkenin ekonomik yapısının farklı özellikler taşıması enflasyonun farklı şekillerde görülmesine sebep olmaktadır. Enflasyon çeşitleri olarak; yapısal enflasyon, kronik enflasyon, sinsi enflasyon ve hiperenflasyon inceleneciktir.



Görsel 14. Enflasyon Çeşitleri

11.3.1. Yapısal Enflasyon

Bir ekonomide enflasyon süreci toplam talep veya toplam arzda meydana gelen değişimler sonucunda yaşanmaktadır. Ancak ekonominin birçok yapısal özellikleri enflasyonun yayılmasını hızlandırmaktadır ve enflasyonla mücadeleyi güçlendirilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde enflasyon yapısal aksaklıklar nedeniyle oldukça etkin olmaktadır.

Bu tür enflasyon belirli piyasalarda ve ekonominin bazı kesimlerinde fiyatların birkaç firma tarafından belirlenmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifade ile gelişmekte olan ülkelerde eksik rekabet piyasaları yaygındır ve bu firmaların kâr marjları yüksektir. Fiyatlar genel düzeyinde herhangi bir nedenden dolayı görülecek olan yükselme durumunda reel kârlarının düşmesine razi olmayan firmalar kendi fiyatlarını yükseltmeye tereddüt etmeyeceklerdir. Böylece serbest rekabet şartlarının aksaması ve piyasaların birkaç firmanın elinde bulunması yapısal enflasyonun meydana gelmesine neden olmaktadır (Colander, 2004).

Bununla birlikte gelişmekte olan ülkelerde iş gücü verimliliğinin düşük maliyetlerin yüksek olması fiyatları yükseltirken; ekonomindeki yapısal enflasyonu

beslemektedir. Ayrıca ekonomideki darboğazlardan kaynaklanan üretim aksamları, arzin talebe cevap vermesindeki gecikmeler, tarım sektörünün ağırlıklı olması, mevsimlik fiyat dalgalarına yol açmaktadır. Böylece bazı ürünlerin fiyatları mevsimlik olarak yükselirken; diğer ürünlerin fiyatları da onları takip ederek yükselmektedir.

Ayrıca yatırımlar içinde altyapı yatırımlarının geniş yer tutması ve bu tür yatırımların talebi artırcı etkisi yanında arz yaratıcı yönünün gecikmesi; yatırımların arz etkisinin gecikmesine sebep olmaktadır. Yine gelişmekte olan ülkelerde kişi başına gelir düzeyinin düşük olması tasarrufların yetersiz kalması sonucunu doğurmaktadır. Bu ülkeler gelişme süreçlerini hızlandırmak amacıyla iddialı yatırım projelerini uygulayarak hızlı büyümek istemektedirler. İmkânlarını zorlayan büyüme çabaları da enflasyonist baskı yaratmaktadır (Egilmez, 2016).

Nihayet kamu kesiminde mali disiplinin olmaması ve kamu açıklarının paraşal genişleme ile karşılaşması yapısal enflasyona neden olmaktadır.

11.3.2. Kronik Enflasyon

Kronik enflasyon; kamu harcamalarının sürekli artması, gelirlerin üretimdeki artışla orantısız olması, sürekli bütçe açıkları, yatırım finansmanlarının emisyonla karşılaşması gibi nedenlere bağlı olarak fiyatlar genel düzeyinin sürekli artış göstermesi sonucu görülen bir enflasyon türüdür.

Bu tür enflasyon yaşanan ekonomide bazı ciddi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Para değerini hızla kaybetmekte, satın alma gücü azalmaktadır. Kronik enflasyonda para değişim aracı fonksiyonunu görmekle birlikte değer kaybı sebebiyle dış ödemelerde, bir başka ülke parasının standart ölçü olarak kullanılması gerekmektedir.

Kronik enflasyon sürecinde para genellikle tasarruf aracı olma niteliğini önemli ölçüde kaybetmektedir (Egilmez, 2016). Zira mevduat veya yastık altında tutulan paralar zaman içinde değer kaybına uğramaktadırlar. Bu yüzden tasarruflar; döviz, altın ve gayrimenkul alanlarında değerlendirilmektedir.

Genel olarak kronik enflasyon uzun süreli olduğundan bu tür enflasyonla mücadele etmek oldukça güçtür. Ekonomide ciddi istikrarsızlıklara yol açan kronik enflasyon; sosyal yapıda da önemli çöküntülere neden olmaktadır.

11.3.3. Sinsi Enflasyon

Fiyatlar genel düzeyinin yavaş ve çok küçük oranlarda yükselme eğilimi gösterdiği dönemlerde görülen bir enflasyon çeşididir. Bu tür enflasyon genellikle iktisadi faaliyetlerin ve piyasaların canlandığı dönemlerde görülmektedir.

Sinsi enflasyon sürecinde para her üç fonksiyonunu (hesap birimi, mübadele ve değer saklama) yerine getirebilmektedir. Ayrıca reel faiz oranı çok düşük olmadığından insanlar tasarruflarını para olarak değerlendirmekte; bankada mevduat olarak tutmakta sakınca görmemektedirler.

Bu tür enflasyonda genellikle talep ve arz enflasyonu çok düşük düzeyde görüldüğünden, bekleyişler nispeten istikrarlı olmaktadır (Eren, 2001). Çünkü fiyat-

lar tüketicilerin hissetmeyecekleri şekilde çok yavaş yükselmektedir. Buna bağlı olarak ücret artışları da makul düzeylerde gerçekleşmektedir. Günüümüzde hemen hemen her ülkede sinsi enflasyon süreci yaşanmaktadır. Sürünen enflasyon olarak da tanımlanan bu enflasyon kalkınma sürecini tamamlayan ülkelerde %4'ten, gelişmekte olan ülkelerde ise %6'dan daha düşük düzeydeki fiyat artışlarını ifade etmektedir.

Hükümetlerin sinsi enflasyonu önlemek konusunda oldukça dikkatli davranışları görülmektedir. Çünkü herhangi bir müdahale söz konusu olduğunda hızlandıran ilkesi tersine işleyebilmekte ve sinsi enflasyon normal veya hiperenflasyona dönüşme riski taşımaktadır.

11.3.4. Hiperenflasyon

Fiyatlar genel düzeyinin çok hızlı yükselmesi ve paranın iç değerinin aşırı ve hızlı bir şekilde düşmesi sonucu enflasyon hızının çok yükselmesi durumuna hiperenflasyon denilmektedir (Paya, 2014).

Paranın değeri neredeyse her gün, hatta her saat düşmeye başlamakta, insanların satın aldığı mal ve hizmetleri aynı fiyata satın almaları mümkün olamamaktadır. Hangi fiyat artış oranının hiperenflasyon sayılacağı belirlenemediğinden enflasyon oranı yıllık değil aylık olarak belirlenmektedir.

Hiperenflasyonun en önemli sebebi para arzının kontrollsüz bir şekilde artırılmasıdır. Bu durumda para tasarruf olarak elde tutulmadığı gibi, değer ölçüsü olma fonksiyonunu da kaybetmektedir. İnsanlar para yerine döviz ve altın talep ederler. Zorunlu ihtiyaçların karşılaşması için yapılan alışverişlerde de malın mal ile değişimi yani trampaya doğru bir yönlendirme görülmektedir.

Bu enflasyon sürecini yaşayan ekonomilerde bazı olumsuz etkileşimler görülmektedir. Bunlardan bir tanesi paradan kaçışın başlamasıdır. Çünkü hiperenflasyon ortamında para değer ölçüsü olma özelliğini kaybetmektedir. Bir diğer iç fiyatların, yabancı döviz fiyatlarından daha hızlı artmasıdır. Bu durumda ülke ekonomisi önemli ölçüde sarsılmaktadır. Nihayet millî paranın hızla değer kaybetmesi mala olan talebi arttırırken; ülkenin ihracat imkânlarını da tamamen ortadan kaldırmaktadır.

11.4. Deflasyon

Deflasyon; ekonomide üretim artışlarının yavaşladığı veya durduğu, fiyatlar genel düzeyinin ise düşme eğilimi gösterdiği bir durumdur.

İktisadi birimler tarafından yapılması tahmin edilen toplam harcamaların reel gelirden az olması, toplam talebin toplam arzdan daha düşük düzeyde kalmasına neden olmaktadır. Talep yetersizliği satışların yavaşlamasına, fiyatlar genel düzeyinin düşmesine, üretimin daralmasına yol açmaktadır.

Deflasyonun para miktarındaki azalmadan meydana geldiğini savunanlar olmuş ancak bu görüşün her zaman için geçerli olmadığı görülmüştür. Çünkü fiyatlar genel düzeyindeki bir düşme; para arzı ve kredi hacmindeki bir daralmadan

meydana gelebileceği gibi, insanların daha çok tasarruf etmelerinden, üretim arışından, bol mahsul elde edilmesinden meydana gelebilmektedir.

Deflasyon toplam gerçek talepte azalmanın derecesine ve devamına göre; satışların yavaşlaması sebebiyle stokların artmasına da sebep olmaktadır. Deflasyonda halkın para talebi artmakta, mallara karşı olan talebi ise azalmaktadır. Bu durum deflasyonun etkisini yoğunlaştırmaktadır. Üreticilerin ürettikleri mal ve hizmetleri satmakta güçlük çekmeleri, kâr tahminlerini olumsuz etkilemektedir. Bu doğrultuda yatırımların azalması; üretim faktörleri talebinin de azalmasını hızlandırmaktadır. Üretim faktörleri arzı artarken; işsizlik de artmaktadır. Zira mal satamama ve zarar ihtimali üreticileri düşük kapasite ile çalışmaya yönlendirmektedir. Bu da millî gelir düzeyini azaltarak, iktisadi daralmayı başlatmaktadır.

Deflasyon, enflasyonda olduğu gibi millî gelir dağılımında değişimlere neden olmaktadır. Fiyatlar genel düzeyinin düşmesi kira, maaş, ücret gibi gelirlerin lehine, üreticilerin aleyhine bir durum yaratmaktadır. Borçlular borçlarını ödemekte güçlük çekmekte, halkın refah düzeyi düşmektedir.

Deflasyonun en olumsuz etkisi iktisadi daralma ve işsizliktir (Tunca, 2014). Bir ekonomi açısından deflasyonun yarattığı olumsuz etki enflasyondan daha büyük olmaktadır. **1929 Dünya Krizi**nde olduğu gibi.

Deflasyon talep yetersizliğinden meydana geldiğine göre deflasyonu gidermek için talebi arttırıcı tedbirlere başvurulması gerekmektedir. Bu tedbirlerin başlıcaları şunlardır:

- Ucuz faizle bol kredi imkânları sağlanmalı,
- Harcamalar artırılmalıdır. Özellikle otonom (devletin yaptığı) yatırımlar fazlalaştırılmalı,
- Yüksek ücret politikası uygulanmalı,
- Tüketiciler kredileri artırılmalı,
- Gelir ve kurumlar vergisinde yapılacak düzenlemeleri yatırımları artıracak biçimde ayarlanmalıdır.

11.5. Devalüasyon

Devalüasyon bir ülke parasının dış değerinin yabancı paralar karşısında düşürülmesidir. Millî paranın dış değerinin düşürülmesinin iki nedeni bulunmaktadır.

1. Ülkedeki fiyatlar ve maliyetler, dünya fiyatlarının ve maliyetlerinin üstünde ise; millî paranın yabancı paralar karşısındaki değerinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Bu durumda millî paranın değeri yabancı paralar karşısında düşürülerek dünyadaki fiyat ve maliyetlere uyumlu hâle gelmesi sağlanmaktadır.
2. Millî paranın değeri düşürülerek ihracat mallarının dış pazarlarda tercih edilmesi istenmektedir. (Ülgen, 2019)



Anahtar Kavram

1929 Dünya Krizi: Büyük Buhran olarak da isimlendirilen 1929 Dünya Krizi, yıllarca devam eden ekonomik krizdir. Aslında Kuzey Amerika ve Avrupa merkezli yaşanan bu kriz, tüm dünyayı etkilemesi bakımından küresel ölçekte sarsıcı etkiler doğurmuştur.

Birinci durumda paranın iç değeri ile dış değeri arasındaki farkın uluslararası mal alışverişinde meydana getirdiği güçlükleri ortadan kaldırmak söz konusu olduğu hâlde; ikinci durumda millî malların dış piyasalardaki rekabet gücünü artırmak söz konusu olmaktadır.

Böylece millî paranın dış değerinin düşürülmesi ithâlâtın pahalilaşmasına, ihracatın ucuzlamasına yol açmaktadır. Bu nedenle devalüasyon ithâlâtın azalmasını, ihracatın artmasını sağlamaktadır. Ancak bu durum ihracat ve ithal mallarının arz ve talep esnekliklerine göre değişmektedir. Buna göre ihracatın artması bir yandan ihracata elverişli malların bulunup bulunmamasına, diğer yandan bu mallara karşı dış talebin esnekliğine bağlı olmaktadır. İthâlâtın azalması ise; bir yandan ithal mallarına karşı iç talebin esnekliğine, diğer yandan bu malların arz esnekliğine bağlı olmaktadır (Yıldırım ve diğerleri, 2012).

Bu açıklamalar doğrultusunda parası devalüe edilen ülkede ihracata hazır mal stoku yoksa veya ihracat malları üretimle kısa zamanda arttırlamıyorsa ihracatta arzu edilen artış sağlanamayabilmekte hatta ihracattan sağlanan döviz geliri düşebilmektedir. Bunun yanı sıra ithal mallarına şiddetli ihtiyaç duyuluyorsa, diğer bir ifade ile ithal mallarının talebi esnek değilse ithâlâtta da arzu edilen daralma görülmeyebilmekte ve döviz giderleri artabilmektedir. Böylece devalüasyonun ihracatı arttırarak döviz geliri kazandırıcı etkisinin kesin olmadığı sonucuna varılmaktadır.

11.6. Revalüasyon

Revalüasyon devalüasyonun tersi olup; bir ülke parasının değerini altın ve dövize göre yükselterek yeniden ayarlamaktır.

Revalüasyon yapılan bir ülkede resmi kurlarla altın ve döviz fiyatları hükümetlerce kararlaştırılmış bir oranda ucuzlamaktadır. Revalüasyon az rastlanılan bir para operasyonudur. Bu nedenle genellikle ihracatı artan ve ödemeler dengesi fazla veren ülkelerde görülmektedir. Merkez Bankası ihtiyaçtan çok altın ve döviz biriktiginde aşırı derecede genişleyen rezervlere karşılık yapılacak **emisyon** nedeniyle enflasyona yol açmamak için revalüasyon yapılır.



Anahtar Kavram

Emisyon: Devletin yetki verdiği bankanın piyasaya para çıkarma faaliyetidir.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * Bir ekonomide toplam talebin toplam arzdan fazla olması sonucu, fiyatlar genel düzeyinin sürekli olarak yükselmesine enflasyon denilmektedir. Enflasyona neden olan etkenler göz önüne alındığında talep ve arz kaynaklı oldukları görülmektedir.
- * Talep enflasyonu bir ülkede üretilen mal ve hizmetlerin toplam talebi karşılayamaması nedeniyle ortaya çıkan enflasyondur. Mal ve hizmet fiyatlarının oluşumunda maliyet koşulları esas alınıyorsa ve buna bağlı olarak fiyatlar genel düzeyi yükseliyorsa arz (maliyet) enflasyonu ortaya çıkmaktadır.
- * Her ülkenin ekonomik yapısının farklı özellikler taşıması enflasyonun farklı şekillerde görülmesine sebep olmaktadır. Enflasyon çeşitleri; yapısal enflasyon, kronik enflasyon, sinsi enflasyon ve hiperenflasyondur. Yapısal Enflasyon belirli piyasalarda ve ekonominin bazı kesimlerinde fiyatların birkaç firma tarafından belirlenmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Kronik enflasyon; kamu harcamalarının sürekli artması, gelirlerin üretimdeki artışla orantısız olması, sürekli bütçe açıkları, yatırım finansmanlarının emisyonla karşılaşması gibi nedenlere bağlı olarak fiyatlar genel düzeyinin sürekli artış göstermesi sonucu görülen bir enflasyon türüdür. Sinsi Enflasyon fiyatlar genel düzeyinin yavaş ve çok küçük oranlarda yükselme eğilimi gösterdiği dönemlerde görülen bir enflasyon çeşididir. Fiyatlar genel düzeyinin çok hızlı yükselmesi ve paranın iç değerinin aşırı ve hızlı bir şekilde düşmesi sonucu enflasyon hızının çok yükselmesi durumuna hiperenflasyon denilmektedir.
- * **Deflasyon:** ekonomide üretim artışlarının yavaşladığı veya durduğu, fiyatlar genel düzeyinin ise düşme eğilimi gösterdiği bir durumdur. Deflasyon toplam gerçek talepte azalmanın derecesine ve devamına göre; satışların yavaşlaması sebebiyle stokların artmasına da sebep olmaktadır.
- * Devalüasyon bir ülke parasının dış değerinin yabancı paralar karşısında düşürülmesidir. Millî paranın dış değerinin düşürülmesinin iki nedeni bulunmaktadır. Birinci durumda paranın iç değeri ile dış değeri arasındaki farkın uluslararası mal alışverişinde meydana getirdiği güçlükleri ortadan kaldırmak söz konusu olduğu hâlde; ikinci durumda millî malların dış piyasalardaki rekabet gücünü artırmak söz konusu olmaktadır.

- * Revalüasyon; bir ülke parasının değerini altın ve dövize göre yükselterek yeniden ayarlamaktır. Merkez Bankasında ihtiyaçtan çok altın ve döviz biriktiğinde aşırı derecede genişleyen rezervlere karşılık yapılacak emisyon nedeniyle enflasyona yol açmamak için revalüasyon yapılır.

Kaynakça

Bilgili, Y. (2014). *Makro İktisat*. İstanbul: İkinci Sayfa Yayınevi.

Chamberlin, G. ve Yueh, L. (2006). *Macroeconomics*. London: Thomson Learning.

Colander, D. C. (2004). *Macroeconomics*. New York: MC Graw Hill Irwin.

Egilmez, M. (2016). *Makro Ekonomi*. İstanbul: Remzi Yayınevi.

Egilmez, M. (2019). *Ekonominin Temelleri*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Eren, E. (2001). *Makro İktisat*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.

Paya, M. (2014). *Makro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Tunca, Z. (2014). *Makro İktisat*. Kayseri: Geçit Yayınları.

Ülgen, G. (2017). *Makro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Ülgen, G. (201). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.7.Baskı

Ünsal, E. M. (2017). *Makro İktisat*. Ankara: Murat Yayınları

Yıldırım, K., Karaman, D. ve Taşdemir, M. (2012). *Makro Ekonomi*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Bölüm Soruları

- 1. Enflasyonun artışına neden olan unsur aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) Faiz oranlarındaki artış
 - B) Para miktarındaki artış
 - C) Talep artışı
 - D) Döviz kurunun yükselmesi
 - E) Para miktarındaki azalış
- 2. Hangisi talep enflasyonuna sebep olan unsurlardan biri değildir?**
 - A) Enerji yetersizliği
 - B) Döviz yetersizliği
 - C) Sermaye yetersizliği
 - D) İşgücü yetersizliği
 - E) Yatırım yetersizliği
- 3. Aşağıdakilerden hangisi arz (maliyet) enflasyonun en önemli nedenidir?**
 - A) Üretim maliyetlerindeki artış
 - B) Enerji kıtlığı
 - C) Döviz darboğazı
 - D) İşgücü yetersizliği
 - E) Sermaye yetersizliği
- 4. Aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?**
 - A) Enflasyon fiyatlar genel düzeyinde sürekli artıstır.
 - B) Enflasyonun tersi deflasyondur.
 - C) Enflasyon ile pahalılık özdeş kavramlardır.
 - D) Enflasyonda bütün mal ve hizmetlerin fiyatı artar.
 - E) Enflasyon oranlarındaki değişiklikler fiyat endeksleri yardımıyla izlenir.
- 5. Azgelişmiş/gelişmekte olan ülkelerde tam istihdamla ulaşmadan ortaya çıkan yüksek fiyat artışlarına ne denir?**
 - A) Yapısal Enflasyon
 - B) Talep Enflasyonu
 - C) Maliyet Enflasyonu
 - D) Hiperenflasyon
 - E) Hiçbiri
- 6. A ülkesinin devalüasyon yapması sonucunda aşağıdakilerden hangisi ortaya çıkmaktadır?**
 - A) Dış rekabet azalır
 - B) İthâlatı artar
 - C) Uzun dönemde dış ticareti artar
 - D) İhracatı artar
 - E) İhracatı azalır
- 7. Aşağıdakilerden hangisi deflasyon sürecinde uygulanacak tedbirlerden birisidir?**
 - A) Kredi hacmini daraltma
 - B) Harcama kısıcı politika uygulamaları
 - C) Gelir ve kurumlar vergisi oranlarında artış
 - D) Yüksek ücret politikası
 - E) Hiçbiri
- 8. Paranın değer ölçüsü olma özelliğini kaybetmesi en fazla hangi enflasyon türünde görülmektedir?**
 - A) Kronik enflasyon
 - B) Yapısal enflasyon
 - C) Hiperenflasyon
 - D) Sinsi enflasyon
 - E) Hiçbiri

9. Devletin döviz kurunun değerini düşürmesi işlemine ne denir?

- A) Revalüasyon
- B) Resesyon
- C) Deflasyon
- D) Devalüasyon
- E) Stagflasyon

10. Revalüasyonun yapılmış nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Ödemeler dengesi fazlılığı
- B) Ödemeler dengesi azlığı
- C) İhracat azlığı
- D) İthâlât azlığı
- E) İhracat < İthâlât

Cevap Anahtarı

1. B	2. C	3. A	4. C	5. A
6. D	7. D	8. C	9. A	10. A



12. İSTİHDAM, İŞ GÜCÜ, İŞSİZLİK

*“Durgunluk, komşunuzun işsiz kalmasıdır.
Depresyon, işsiz olduğunuz zamandır.”*

Harry Truman



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Nüfus miktarının yaş, cinsiyet, göç gibi demografik özelliklerinin istihdam üzerindeki etkisini anlayabilir.
- Büyük bir sosyal sorun olarak işsizliği tanımlayabilir.
- Görünürde bir işleri olmakla birlikte aslında üretme bir katkıda bulunmayanların hangi işsizlik türünde görüldüğü hakkında bilgi sahibi olabilir.

Başlamadan Önce

Bu bölümde çalışma gücü ve arzusunda olan kişilerin belirli bir ücret karşılığında hizmetlerinden yararlanılmasını ifade eden İstihdam ve nüfusun üretici durumda bulunan kısmını ifade eden İşgücü açıklanacaktır. Tüm ekonomilerin önemli sorunlarından olan İşsizlik kavramı ele alınarak ekonominin belirli koşullarına göre ortaya çıkan işsizlik çeşitleri ele alınacaktır. İşsizlik çeşitlerinden iş gücü arzının iş gücü talebine cevap verememesi nedeniyle oluşan yapısal işsizlik, çalışmak istememe sonucu oluşan iradi işsizlik, ekonomide en acil çözüm bekleyen gayri iradi işsizlik, ekonominin en elverişli koşullarında bile görülen friksiyonel işsizlik, ekonomik daralmanın yarattığı konjunktürel işsizlik ve üretme katkısı olmayan gizli işsizlik incelenecək konular arasındadır.

Birlikte Düşünelim

1. Çalışma gücü ve arzusunda olan kişilerin belirli bir ücret karşılığında hizmetlerinden yararlanılmasına ne ad verilmektedir?
2. Bir ülkede emek arzını insan sayısı yönünden ifade eden kavram hangisidir?
3. Bir ekonomide çalışma gücü ve arzusunda olup piyasa-daki cari ücret düzeyine razi olmasına karşın iş bulamama durumu neyi ifade etmektedir?

12.1. İstihdam ve İş gücü



Hatırlatma

Kişi Başına Milli Gelir konusuna
10. Bölümde yer verilmiştir.

Bir ülke halkın yaşam standardı o ülke tarafından üretilen mal ve hizmet miktarına; diğer bir ifade ile millî gelir büyülüğüne ve kişi başına millî gelir düzeyine bağlıdır. Ekonomide üretimde kullanılan çeşitli faktörler vardır ve bunlar; emek, sermaye, doğal kaynak ve girişimci olarak ifade edilmektedir.

Bir ülkede üretim faktörlerinin kullanılabilmesi, yani üretim imkânlarının artırılması; o ülkenin iktisadi büyümeye derecesine bağlıdır. Bazen çeşitli nedenlerle mevcut üretim imkânlarından faydalananlamamakta; çeşitli üretim araçları devamlı veya geçici olarak atıl kalmaktadır. (Ülgen, 2019).

Buna göre; bir ekonominin karşı karşıya kalacağı en önemli sorun; kaynakların tam kullanılamaması durumudur. Üretim faktörlerinin hepsinin kullanılıp; atıl kalmamasına tam istihdam denilmektedir (Bocutoğlu, 2015).

Üretim faktörleri içinde emek faktörü farklı özelliklere sahiptir. Çünkü emek faktörü insana bağlı olmakta; emeğin hizmeti stok edilemediğinden kullanılamayan hizmet akıp gitmektedir. Başka bir ifade ile çalışmamayan dönemlere ait hizmetlerin biriktirilerek daha sonra üretmeye dâhil edilmeleri mümkün olamamaktadır. İnsanlar emeklerini değerlendiremediklerinde işsiz durumuna düşmekte ve herhangi bir gelir elde edememektedir. Bu durum toplumda sosyal sorunların ortayamasına neden olmaktadır.

Bir ekonomide en önemli sorunlardan birisi de cari ücret düzeyinde çalışma gücü ve isteğinde bulunan herkese iş imkânının olmamasıdır. Bir ülkede istihdam düzeyi denilen herkese iş sağlama imkânının düşük olmasının çeşitli sebepleri bulunmaktadır (Dornbusch ve Fisher, 2014). Öncelikle istihdam ve iş gücü ile ilgili bazı tanımlamaları inceleyip; daha sonra işsizlik ve çeşitleri hakkında açıklamalara geçilecektir.

İstihdam: Çalışma gücü ve arzusunda olan kişilerin belirli bir ücret karşılığında hizmetlerinden yararlanılmasıdır. Bir ülkenin nüfus miktarı ile istihdam arasında yakın bir ilişki vardır. Nüfus miktarının yaş, cinsiyet, göç gibi demografik özellikleri istihdam üzerinde etkilidir. Nüfus içinde 15-64 yaş arasındaki gruba çalışma çağındaki nüfus denilmektedir. Çalışma çağındaki nüfusun belirli bir kısmını emeğini arz etmekte olup; bu kısmına aktif nüfus denilmektedir. Yani çalışma çağındaki nüfus miktarından çalışmak istemeyenlerin sayısı düşüldükten sonra kalan kısmıdır. (Ülgen, 2017).

İşgücü: Bir ülkedeki nüfusun üretici durumda bulunan yani iktisadi faaliyete katılan kısmına iş gücü denilmektedir. Başka bir tanımla; bir ülkede emek arzını insan sayısı yönünden ifade eden bir kavramdır.

İşgücüne, 15-64 yaş arasındaki maaş ve ücretliler, bağımsız olarak çalışanlar, işverenler ve işsizler girmektedir. Çalışmak istemeyenler ile çalışma yeteneği olmayanlar iş gücüne dâhil degildiler.

Çoğu zaman aktif nüfus ile iş gücü eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Ancak aktif nüfusun belirtilebilmesi için iş gücü miktarından geçici çalışanlar ile çalışmak isteyip de iş bulamayan işsizlerin toplam sayısının düşülmesi gerekmektedir.



Okuma Önerisi

Keynes, J. M. (2008). İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi. İstanbul: Kalkedon Yayıncıları.



12.2. İşsizlik

Bir ekonomide her zaman çalışma gücü ve arzusunda olanların tümü iş bulamamaktadır. Mal ve hizmet talebinin belirlediği istihdam hacmi, çalışmak isteyenlerin belli bir bölümü için iş imkânı sağlayabilmektedir.

İssizlik emek arzının emek talebinden fazla olduğu durumu yansitmaktadır (Egilmez, 2009). Bu durumda iş gücünün bir bölümü emek piyasasında geçerli olan iş koşulları ile ücreti kabul ederek çalışmaya razı olduğu halde iş bulamamaktadır.

Bu bağlamda işsizlik; bir kişinin çalışma gücü ve arzusunda olup da piyasa-daki cari ücret düzeyine razı olmasına karşın iş bulamama durumudur. Dolayısıyla, ücret düzeyini beğenmediği için çalışmayanlar işsiz sayılmamaktadırlar.

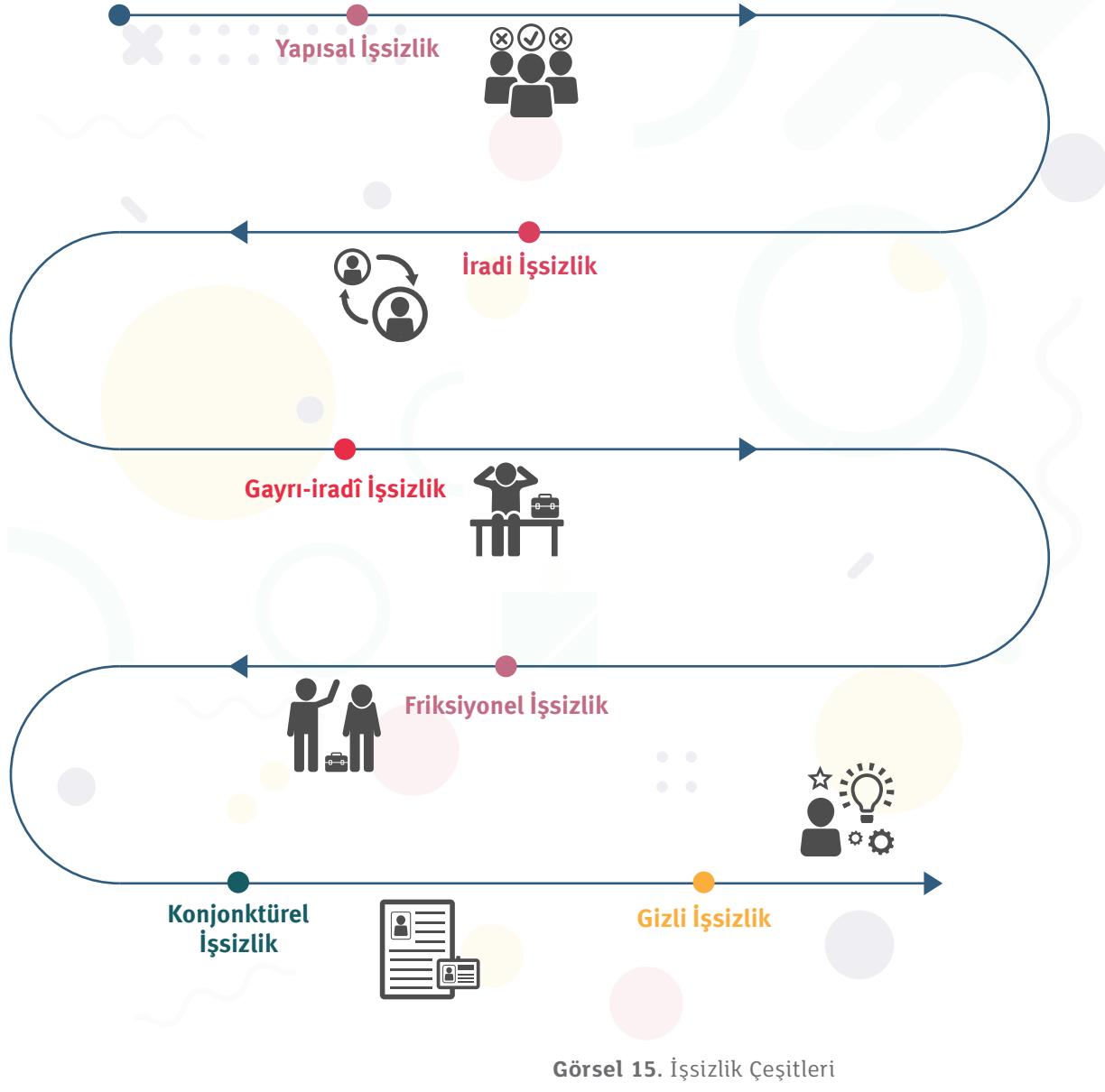
Bir ekonomide işsizlik oranı ise; belli bir dönemde çalışacak durumda olan ve iş aramalarına rağmen iş bulamayanların iş gücüne oranıdır.

$$\text{İssizlik Oranı} = \frac{\text{İssiz Sayısı}}{\text{İşgücü}} \times 100$$

Günümüzde özellikle gelişmekte olan ekonomilerinin en önemli sorunlarından biri çalışmak isteğindeki herkese iş imkânı yaratılması yani tam istihdamdır. Ancak bu tür ülkelerde sosyal güvenlik kurumlarının gelişmemesi, iş bulamayanlara işsizlik tazminatı ödenmesini mümkün kılmasından dolayı. Böylece işsizlik büyük bir sosyal sorun olarak ortaya çıkmaktadır (Froyen, 2013). Gelişmiş ülkelerde ise bu tür sorunlar daha az yaşanmakta olup; kısa dönemli işsizlikler kolay atlabilirken, uzun dönemli işsizliklerde sorunlar yaşanmaktadır.

12.3. İşsizlik Çeşitleri

İssizlik çeşitleri işsizliğin hangi sebeplerden kaynaklandığı konusunda fikir vermektedir. İşsizliğin sebepleri göz önüne alınarak yapılan sınıflamaya göre işsizlik çeşitlerini; yapısal, iradî, gayri idarî, friksiyonel, konjonktürel ve gizli işsizlik olarak sınıflandırmak mümkündür.



Görsel 15. İşsizlik Çeşitleri

12.3.1. Yapısal İşsizlik

Bir ülkenin ekonomik yapısında meydana gelen değişimler hem tüketicilerin talep kalıplarını değiştirmekte hem de üretim teknolojisini değiştirmektedir. Böylece ekonominin talep ve üretim yapısında meydana gelen değişikliklere uyum sürecinin sebep olduğu işsizliğe yapısal işsizlik denilmektedir.

Ekonomide üretim teknolojisi değişim geçirirken; iş gücü talebinin yapısı da değişmektedir. İşgücü arzının niteliksel yapısı ise bu değişimde hemen uyum göstermemektedir. Dolayısıyla mevcut iş sayısı ile işsiz sayısı birbirine eşit olsa bile geçici olarak işsizlik görülmektedir. Bu tür işsizlik teknolojik gelişme hızının yüksek olduğu dönemlerde artmaktadır. Yapısal işsizlik teknolojik işsizlik olarak da tanımlanmaktadır.

Yapısal işsizliğin giderilmesi iş gücünün yeni iş gücü talep yapısının gereklerine göre yeniden eğitilmesine bağlı olmaktadır. Bu nedenle teknolojik işsizlik olarak tanımlanması nedeniyle; makinelerin insanların yerini almasından kaynaklanan işsizlikle karıştırılmaması gerekmektedir. (Ülgen, 2019).

12.3.2. İradi İşsizlik

İnsanların cari ücret veya kanunla belirlenen ücret seviyesinde çalışma imkânına sahip olmalarına karşın; çeşitli nedenlerle çalışmak istemeyip, işsiz kalmak istemeleri durumunda ortaya çıkan işsizliğe iradi işsizlik denilmektedir (Gartner, 2013). Bu işsizlikte daha yüksek ücret ve daha iyi çalışma şartları arandığı için; kişiler kendi iradeleri ile bilerek ve isteyerek işsiz kalmaktadır.

İradi işsizliğin nedeni insanların hayatlarını sürdürmeleri konusunda kendilerini güvende hissetmeleridir. Bunlar ya yüklü bir maddi servete sahip ya da ailedede kendinden başka bir ya da iki kişinin çalışması neticesinde mevcut iş imkânlarını beğenmeyerek çalışmak istememektedirler.

12.3.3. Gayri-iradî İşsizlik

Çalışma gücünde ve arzusunda olup; cari ücret düzeyinde ve mevcut şartlarda çalışmaya razı kişilerin iş bulamamaları halinde oluşan işsizliğe gayri iradi işsizlik denilmektedir (Mishkin, 2013).

Bu işsizliğin iradi işsizlikten farkı kişilerin mevcut koşullara razı olduğu halde iş bulamamasıdır. Bundaki en önemli etken ise ekonominin içinde bulunduğu talep ve sermaye (yatırım) yetersizliğidir.

Bu nedenle acil olarak çözüm bekleyen işsizlik türü gayri iradi işsizlidir. O nedenle gerekli çalışmaların yapılarak öncelikle önlenmesi gerekmektedir.

12.3.4. Friksiyonel İşsizlik

Friksiyonel işsizlik insanların mevcut işlerini bırakıp, başka bir iş aramasına bağlı bir işsizliktir. Amaç daha iyi çalışma koşulları ve daha yüksek ücret elde etmektedir (Mucuk, 2017).

Ekonomide friksiyonel işsizlere yetecek kadar iş imkânı vardır. Ancak bu işsizler kendilerine teklif edilen yeni işleri eski çalışıkları işleri ile veya elde edecekleri yeni ücretle eski ücretlerini karşılaştırarak kendilerine uygun iş aramaktadır. Belli bir anda işsiz gibi gözüken insanların çoğu belirli bir süre sonra iş bulacaklardır. Çünkü o anda henüz aradıkları türde iş bulamadıkları için işsizdirler. Friksiyonel işsizler kısa zamanda durumlarına uygun iş bulma şansına sahip oldukları için bu işsizlik türü geçici işsizlidir.

İş değiştiren kişilerin iş aramaları süresince işsiz olmaları durumunu yansıtan friksiyonel işsizlik; ekonominin en elverişli şartlarında bile görülebilen bir işsizlik türüdür. Bu nedenle her ekonomide farklı düzeyde görülmekle beraber; gelişmekte olan ülkelerde friksiyonel işsizlik türüne daha çok rastlanılmaktadır.

12.3.5. Konjonktürel İşsizlik

Bir ekonomide üretim ve millî gelir devamlı bir yükselme göstermeyerek zaman içinde dalgalanmaktadır. Bu nedenle istihdam hacminin konjonktür dalgalanmalarına bağlı olarak daralması sonucunda ortaya çıkan geçici veya yaygın işsizlik türüne konjonktürel işsizlik denilmektedir (Ülgen, 2017).

Konjonktürün özellikle depresyon ve durgunluk aşamalarında talep yetersizliği nedeniyle üretim ve yatırımların daralma ve durgunlaşması insanları işsiz bırakabilmektedir. Konjonktürel işsizlik kapitalist sistemin doğal bir sonucu olarak kabul edilmektedir.

Ancak bu işsizlik türü dalgalanma önlemleri ile kısmen ortadan kaldırılabilir. Ayrıca hükümetlerin uyguladıkları anti depresyonist politikaların yanında işsizlik sigortası gibi önlemler de konjonktürel işsizliği ve bunun olumsuz etkilerini gidermede etkili olmaktadır.

12.3.6. Gizli İşsizlik

Çalışır göründüğü halde toplam üretme hiçbir katkısı olmayanların oluşturduğu işsizlik türüne gizli işsizlik denilmektedir. Verimliliğin ve ücretlerin düşük olduğu ekonomilerde gizli işsizlik varsa bir yerine iki ya da daha fazla kişiye iş verilmiş demektir.

Az gelişmiş ülkelerde özellikle tarım kesiminde küçük aile işletmeleri egemendir. Bu işletmelerde aile fertlerinin hepsi iş sahibi görülmektedir. Oysa bunların bir kısmı işletmeyi terk etse bile üretim düzeyinde bir değişme olmamaktadır. Bu durum aslında bu kişilerin üretme katkıda bulunmadıklarını göstermektedir. Dolayısıyla gizli işsizdirler. Yani görünürde bir işleri olmakla birlikte aslında üretme bir katkıda bulunmamaktadırlar. Gizli işsizlik halinde iş gücünün marginal verimliliği sıfırdır. Bu nedenle gizli işsiz işten çıkarılsa bile üretim düşmemektedir.

Diğer yandan az gelişmiş veya gelişme halindeki ülkelerde gizli işsizlik yapısal ve sürekli iken; gelişmiş ülkelerde geçici olarak görülmektedir.

12.4. İşsizlik Süresini Belirleyen Faktörler

İssizlik süresi, iktisadi dalgalanmalarda ortaya çıkan **konjonktür hareketeline** ve iş gücü piyasasının yapısını belirleyen performansa bağlı olmaktadır. Genellikle ekonominin daralma veya durgunluk dönemlerinde ortaya çıkan GSYİH açığı, üretim ve istihdamı azaltmakta ve iş bulmak zorlaşmaktadır. Tersi durumda genisleme dönemlerinde ise üretim ve istihdamdaki artışa bağlı olarak emek sahipleri daha kolay iş bulabilmektedir.

İssizlik süresini; iş gücünün demografik yapısı, boş işler ile iş arayanları buluşturan iş ve işçi bulma kurumlarının varlığı ve işsizlik sigortası uygulaması, iş gücü mobilitesinin akışkanlığı gibi faktörler etkilemektedir (Pekin, 2012). Bir ekonomide iş gücü yapısında genç nüfus ve kadın oranının artması işsizlik süresini uzatabilmektedir. Buna karşın iş ve işçi bulma kurumları iş gücü talepleri ile iş arayanları buluşturacak şekilde faaliyette bulunuyorsa işsizlik süresi kısaltmaktadır.



Anahtar Kavram

Konjonktür Hareketleri: Bir ülkenin ekonomik hayatının yükselme ve alçalma yönünde gösterdiği inişli çıkışlı, dalgalı hareketlerin bütünüdür.

dir. Ayrıca işsiz kalan kişilerin işsizlik sigortasından işsizlik ödeneği almaları durumunda daha iyi iş bulmak arayışı içinde olmaları işsizlik süresini uzatmaktadır. Benzer şekilde iş gücü mobilitesi yüksek olduğunda iş imkânlarına ulaşmak daha kolay olacağından işsizlik süresi kısalırken; iş gücü mobilitesinin düşük olması işsizlik süresinin uzamasına neden olmaktadır (Yıldırım ve diğerleri, 2012).

İssizlik süresinin uzunluğunun nedenlerine bakıldığından bunun nedenlerinden biri emek sahibinin belirli bir ücret düzeyini hedefleyerek iş aramasıdır. Belirli bir ücret düzeyinden iş teklifi alsa bile daha yüksek ücret düzeyindeki işi araştırmak için yukarıda da ifade edildiği üzere işsizlik süresini uzatabilmekte, işsizlik ödeneği alımı ise daha düşük ücret düzeyine razi olmakta ve işsizlik süresi kısaltmaktadır.

İssizlik ödenekleri işsizlik oranlarını arttıracı bir etki yaratmaktadır. Ancak hem emek sahibinin asgari ölçülerde insanca yaşama şartlarını koruması, hem de iş gücü verimliliği bakımından işsizlik ödeneği uygulamasının kaldırılması söz konusu olmamaktadır. Bunun yerine işsizliği cazip hale getirmeyecek bir düzeyde belirlenmesi gerekmektedir (Wessels, 2000).

İssizlik süresinin uzunluğunun bir diğer nedeni de ücret katılığıdır. Ücret katılığı istihdam seviyesini azaltıcı bir etki yaratmaktadır. Bir kişi cari ücret düzeyinde çalışmaya razi olduğu halde iş bulamıyor ise bunun nedeni ücret katılığıdır. Çünkü iş gücü arzı, iş gücü talebini yaptığı halde ücretler düşmemekte ve işveren yeni işçi çalıştırılmamaktadır. İşgücü piyasasında ücretlerin katı olma nedenleri olarak asgari ücret uygulaması, sendikaların pazarlık gücü ile özel sektörün etkin ücret uygulamalarını saymak mümkündür.

Asgari ücret uygulamaları, firmaların ücretleri düşürerek daha fazla işçi çalıştırmasına engel olmaktadır. Sendikaların toplu pazarlık ile ücretleri denge düzeyinin üzerinde belirlemeleri karşısında firmalar işçi sayısının azaltmakta bu da işsizliği artırmaktadır. Etkin ücret uygulamasında ise firmalar düşük ücretin iş gücü verimliliğini azalttığı görüşünden hareketle verimli işçiye yüksek ücret vermektedir. Bu durumda iş gücü arzı iş gücü talebini aşlığında ücretler düşse bile işsizlik azalmamaktadır. Çünkü işveren düşük ücretli verimsiz işçi yerine, verimi yüksek işçiye etkin ücret vererek çalıştırmayı tercih etmektedir.



Anahtar Kavram

Asgari Ücret: İşçilere bir çalışma günü karşılığı olarak ödenen ve işçinin gıda, konut, giyim, sağlık, ulaşım, kültür vb. ihtiyaçlarını günün fiyatları üzerinden en alt düzeyde karşılamaya yetecek yasal ücret seviyesidir.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * İstihdam: Çalışma gücü ve arzusunda olan kişilerin belirli bir ücret karşılığında hizmetlerinden yararlanılmasıdır. Bir ülkenin nüfus miktarı ile istihdam arasında yakın bir ilişki vardır. Nüfus miktarının yaş, cinsiyet, göç gibi demografik özellikleri istihdam üzerinde etkilidir.
 - * Bir ülkedeki nüfusun üretici durumda bulunan yani iktisadi faaliyete katılan kısmına iş gücü denilmektedir. Başka bir tanımla; bir ülkede emek arzını insan sayısı yönünden ifade eden bir kavramdır.
- * İşsizlik; bir kişinin çalışma gücü ve arzusunda olup ta piyasadaki cari ücret düzeyine razı olmasına karşı iş bulamama durumudur. Dolayısıyla, ücret düzeyini beğenmediği için çalışmayanlar işsiz sayılmamaktadırlar. İşsizlik çeşitlerini; yapısal, iradî, gayri idarî, friksiyonel, konjokturel ve gizli işsizlik olarak sınıflandırmak mümkündür.
 - * İşsizlik çeşitleri işsizliğin hangi sebeplerden kaynaklandığı konusunda fikir vermektedir. Ekonominin talep ve üretim yapısında meydana gelen değişikliklere uyum sürecinin sebep olduğu işsizliğe yapısal işsizlik denilmektedir.
- * İnsanların cari ücret veya kanunla belirlenen ücret seviyesinde çalışma imkânına sahip olmalarına karşın; çeşitli nedenlerle çalışmak istemeyip, işsiz kalmak istemeleri durumunda ortaya çıkan işsizlik iradî işsizlidir.
 - * Çalışma gücünde ve arzusunda olup; cari ücret düzeyinde ve mevcut şartlarda çalışmaya razı kişilerin iş bulamamaları halinde oluşan işsizliğe gayri iradî işsizlik denilmektedir.
- * Friksyonel işsizlik insanların mevcut işlerini bırakıp, başka bir iş aramasına bağlı bir işsizlidir. Amaç daha iyi çalışma koşulları ve daha yüksek ücret elde etmektir.
 - * İstihdam hacminin konjokturel dalgalandırmalarına bağlı olarak daralması sonucunda ortaya çıkan geçici veya yaygın işsizlik türüne konjokturel işsizlik denilmektedir.
- * Çalışır göründüğü halde toplam üretime hiçbir katkısı olmayanların oluşturduğu işsizlik türüne gizli işsizlik denilmektedir.
 - * İşsizlik süresi, iktisadi dalgalandırmalarda ortaya çıkan konjonktür hareketlerine ve iş gücü piyasasının yapısını belirleyen performansına

bağlıdır. İşsizlik süresini; iş gücünün demografik yapısı, iş ve işçi bulma kurumlarının varlığı, işsizlik sigortası uygulaması, iş gücü mobilitesinin akışkanlığı gibi faktörler etkilemektedir.

- * Bir ekonomide iş gücü yapısında genç nüfus ve kadın oranının artması işsizlik süresini uzatabilmektedir. Buna karşın iş ve işçi bulma kurumları iş gücü talepleri ile iş arayanları buluşturacak şekilde faaliyette bulunuyorsa işsizlik süresi kısaltmaktadır.

Kaynakça

Bocutoğlu, E. (2015). *Karşılaştırmalı Makro İktisat*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Bocutoğlu, E. (2016). *Makro İktisat - Teoriler ve Politikalar*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Dornbusch, R. ve Fisher, S. (2014). *Macroeconomics*. New York: Mc Graw Hill Irwin.

Egilmez, M. (2009). *Makroekonomi, Türkiye'den Örneklerle*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Froyen, R. (2013). *Macroeconomics Theory and Policy*. New Jersey: Prentice Hall.

Gartner, M. (2013). *Macroeconomics*. London: Pearson Education.

Mishkin, F. (2013). *Economics: Money, Banking and Financial Markets*. London: Pearson Education.

Mucuk, M. (2017). *Makro İktisat Teori ve Türkiye Uygulaması*. Konya: Billur Yayınları.

Pekin, T. (2012). *Makro Ekonomi*. İzmir: Zeus Kitabevi.

Ülgen, G. (2017). *Makro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Türkmen Kitabevi. 7.Baskı

Wessels, W. J. (2000). *Iktisat* (Ü. Çağlar, Çev.). İstanbul: Alfa yayınları

Yıldırım, K., Karaman, D. ve Taşdemir, M. (2012). *Makro Ekonomi*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Bölüm Soruları

- 1. İşgücü tanımına dahil olmayan grup aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) Maaş ve ücretliler
 - B) İşsizler
 - C) İşverenler
 - D) Çalışmak istemeyenler
 - E) Emekliler
- 2. Aşağıdakilerden hangisi kişilerin belirli bir ücret karşılığında hizmetlerinden yararlanılmasını ifade etmektedir?**
 - A) İşsizlik
 - B) İşgücü
 - C) İstihdam
 - D) İşsizlik oranı
 - E) Emek
- 3. Aşağıdakilerden hangisi cari ücrete razı kişilerin iş bulamama durumunu ifade etmektedir?**
 - A) İradi işsizlik
 - B) Yapısal işsizlik
 - C) Gayri-iradi işsizlik
 - D) Friksiyonel işsizlik
 - E) Konjokturel işsizlik
- 4. Bir ekonomide emek-yoğun teknolojilerde görülen işsizlik türü aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) Yapısal işsizlik
 - B) Gayri-iradi işsizlik
 - C) İradi işsizlik
 - D) Gizli işsizlik
 - E) Friksiyonel işsizlik
- 5. Üretim hacminde zaman zaman ortaya çıkan davranışmanın yarattığı işsizlik türü hangisidir?**
 - A) Yapısal işsizlik
 - B) Gizli işsizlik
 - C) İradi işsizlik
 - D) Konjonktürel işsizlik
 - E) Friksiyonel işsizlik
- 6. İşsizlik oranı nasıl hesaplanmaktadır?**
 - A) İşsiz sayısı – Gizli işsiz
 - B) İşsizlik oranı-Doğal işsizlik
 - C) Faal nüfus / Toplam nüfus
 - D) İşgücü / Toplam nüfus
 - E) İşsiz sayısı / İşgücü x100
- 7. Ekonomi üzerinde en az olumsuz etkiye sahip olan işsizlik türü aşağıdakilerden hangisidir ?**
 - A) Konjokturel işsizlik
 - B) Friksiyonel işsizlik
 - C) Mevsimlik işsizlik
 - D) Teknolojik işsizlik
 - E) Yapısal işsizlik
- 8. Aşağıdakilerden hangisi talep ve üretimdeki değişikliklere uyum sağlanamadığından ortaya çıkan işsizlik çeşididir ?**
 - A) Friksiyonel işsizlik
 - B) Yapısal işsizlik
 - C) Gizli işsizlik
 - D) İradi işsizlik
 - E) Gayri İradi işsizlik

9. Reel GSYİH'nın potansiyel GSYİH'nın gerisinde kalması sonucu oluşan işsizliğe ne denir?

- A) Yapısal
- B) Mevsimsel
- C) Konjonktürel
- D) Gizli
- E) Friksyonel

10. Aşağıdakilerden hangisi işsizlik süresini etkileyen faktörlerden biri değildir?

- A) Demografik yapı
- B) İş ve işçi bulma kurumu
- C) İşsizlik sigortası
- D) İşgücü mobilitesi
- E) İşçi talebi

Cevap Anahtarı

1. D	2. C	3. C	4. D	5. D
6. E	7. B	8. B	9. C	10. E



13. PARA

“Sağlam bir para birimi, zengin bir toplumun olmazsa olmazıdır.”

Arthur Laffer



Ders videosunu izlemek için QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Paranın geleneksel fonksiyonlarının yanı sıra çağdaş olarak kabul edilen diğer fonksiyonlarının da önemli olduğunu öğrenebilir.
- Paranın olmadığı dönemlerde iş bölümü ve ticaret ile mübadelenin zor olduğunu öğrenebilir.
- Temsili paraların değişik şekillerde uygulanma nedenlerini sorgulayabilir.

Başlamadan Önce

Bu bölümde öncelikle paranın tanımı, homojen olması, taşınabilmesi, dayanıklılığı, bölünebilmesi ve taklit edilememesini oluşturan temel özellikleri açıklanacaktır. Paranın fonksiyonları ortak değer ölçüsü olarak mal ve hizmetin ne kadar para birimi karşılığında el değiştireceğini gösteren paranın değer ölçüsü, mal ve hizmetlerin el değiştirmesi sürecini kolaylaştırın ve hızlandıran mübadele aracı olması ve tasarrufun para olarak saklanması bununla istediği anda istenilen mal ve hizmetin satın alınmasını mümkün kılan değer olarak saklanması olarak üç ana başlık altında ele alınacaktır.

Birlikte Düşünelim

1. Paranın kaç özelliği bulunmaktadır?
2. Günümüzde kullanılan temsili paralar hangileridir?
3. Aksak metal sistemi hangi sebepten ortaya çıkmıştır?

13.1. Paranın Tanımı

İş bölümü ve uzmanlaşmanın geçerli olduğu toplumlarda iktisadi faaliyetlerin genel bir değer ölçüsü ve değişim aracı olmadan yürütülmesi imkânsızdır.

Çünkü iş bölümü ve uzmanlaşmanın bulunduğu her toplumda değişim zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Değişimi kolaylaştırmak için bir araca ihtiyaç duyulur. Tarihi incelemeler değişim zorunluluğu ile herkesin ihtiyaç duyduğu bazı malların değişim aracı olarak kullanıldığını ortaya çıkarmıştır. Trampa olarak adlandırılan bu dönemden sonra madenlerin eritilmesi öğrenilmiş ve bunların yerini madenler almıştır (Ertürk, 2013). Ancak satın alınan mal ve hizmetlerin külçe ile ödenmesi, değişim aracı olan madenin her işlemde tartılması işi değişimi güçlendirmektedir. Bu durum insanları para basmaya zorladı. Devlet tarafından belli ayar ve ağırlıkta, belli değer taşıyan madeni paralar basıldı. Tarihi incelemeler ilk madeni paraların M.Ö. 6.-7. yüzyılda Lidyalılar ve Eski Yunanlılar tarafından basıldığı göstermektedir.

Tarihsel süreç içinde madeni para basımından sonra gelişme devam etmiştir. İş bölümünün ve ticaretin gelişmesi kredi ile ödeme koşullarını doğurmıştır. Banknot, kâğıt paralar gibi değeri yapıldığı maddenin değeri ile ilgili olmayan itibari paralar, banka parası gibi maddi olmayan değişim araçları meydana gelmiştir. (Ülgen, 2019) .

Bu açıklamalar doğrultusunda parayı tanımlayacak olursak; malların alım ve satımında kullanılan değişim aracı olarak ifade etmek mümkündür. Fiyatlarla değerleri ifade eden bir araç olan para; insanlar ve ülkeler arasında el değiştirerek ticari faaliyetlerin yürütülmesini sağlamaktadır.

13.2. Paranın Temel Özellikleri

Paranın temel özelliklerini beş başlık altında sıralamak mümkündür (Paya, 2013).

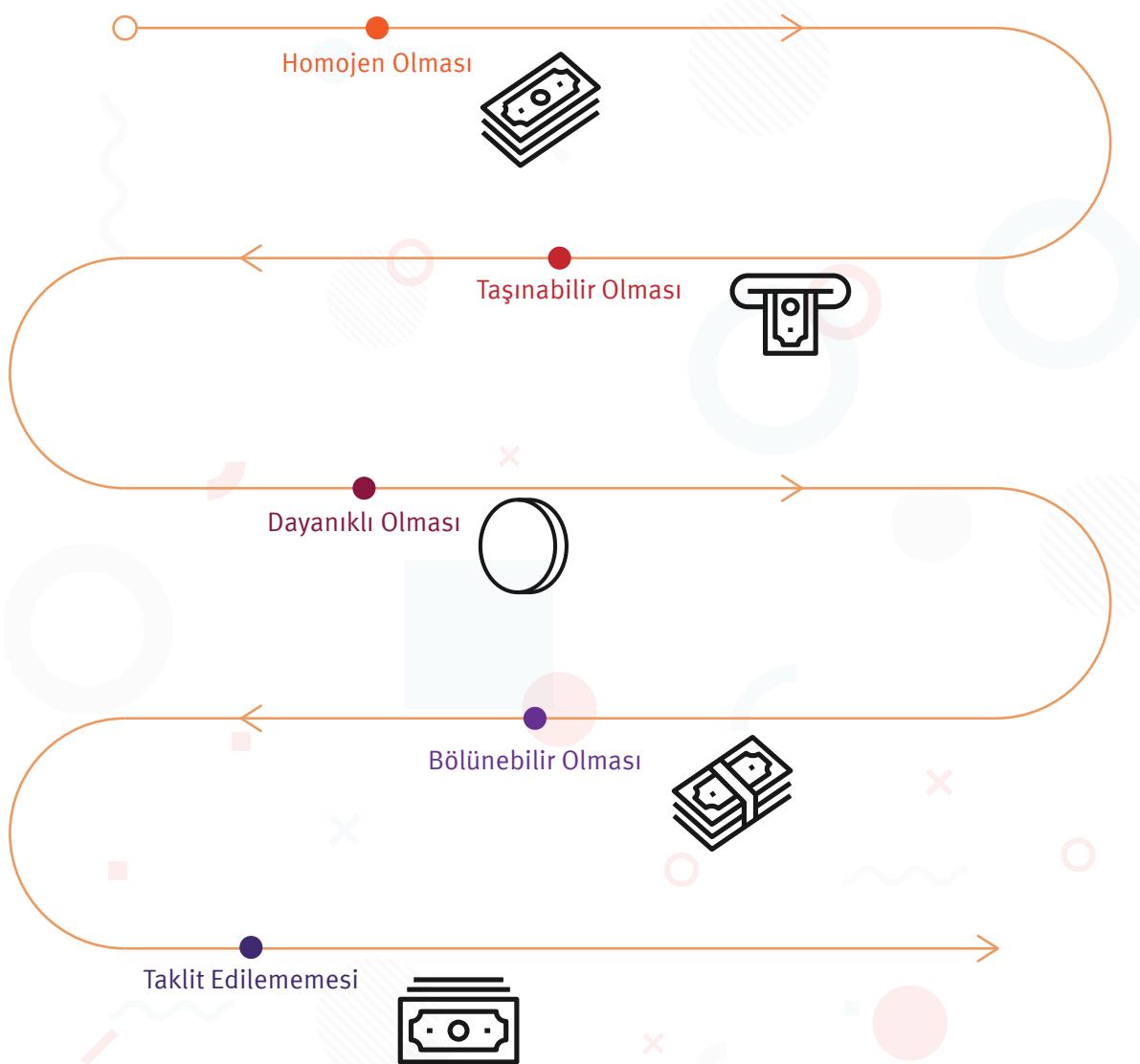
1- Homojen olması: Ödemelerin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için parayı temsil eden objelerin hepsinin aynı maddi değeri taşıması gerekmektedir.

2- Taşınabilir olması: Bu özellik kullanım kolaylığı sağlamak hem taşınmasının kolay hem de farklı ödeme alanlarına transferi mümkün olmaktadır.

3- Dayanıklı olması: Parayı temsil eden ödeme araçlarının kolay bozulmayıp dayanıklı olması çok sayıda alışveriş işleminde kullanılmasına imkân tanımaktadır.

4- Bölünebilir olması: Bu özelliği ile ticarete konu olan her türlü işlemi yürütecek şekilde bölünebilme özelliğine sahip olmalıdır.

5- Taklit edilememesi: Parayı temsil eden ödeme araçlarının toplum tarafından tanınabilir nitelikte olması gerekmektedir. Aksi takdirde sahte ödeme araçlarının ortaya çıkarılması riski bulunmaktadır.



Görsel 16. Paranın Temel Özellikleri

13.3. Paranın Fonksiyonları

Paranın geleneksel olarak kabul edilen üç fonksiyonu vardır. Bunlar;

- 1- Değer ölçüsü ve hesap birimi olma
- 2- Mübadele aracı olma
- 3- Değer saklama aracı olma

Bu fonksiyonlarının yanı sıra günümüzde ekonominin boyutlarının genişlemesine paralel olarak, paranın birkaç fonksiyonu daha olduğu kabul edilmektedir (Bilgili, 2014). Paranın geleneksel fonksiyonlarının yanı sıra çağdaş olarak kabul edilen diğer fonksiyonları ise; ekonomik faaliyetleri teşvik edici veya engelleyici bir faktör olması, gelirleri yeniden dağıtma aracı olması ve kişilerin toplumda güç sahibi olmasını sağlaması olarak ifade etmek mümkündür.

13.3.1. Değer Ölçüsü ve Hesap Birimi Olma Fonksiyonu

Para; üretim ve değişim konusu olan çeşitli mal ve hizmetlerin hesaplanmasıında ortak bir ölçü, bir hesap birimidir. Ortak değer ölçüsü olarak para; mal ve hizmetin ne kadar para birimi karşılığında el değiştireceğini gösterir ki bu da o mal ve hizmetin fiyatını belirler. Böylece para, fiyatın belirlenmesini sağlarken; mal ve hizmetlerin birbirleri ile kıyaslanması kolaylaştırır, çeşitli şekillerde ölçülen mal ve hizmetleri ortak bir ölçü ile değerlendirir.

Para olmasaydı, ihtiyacımız olan mal ve hizmetleri alabilmek için her aşamada bir değer eşitliği sorunu ortaya çıkacaktı. Çünkü malların çeşitliliği karşısında bir yandan malların birbirleri ile oranlanması çok güç olmakta, diğer yandan ihtiyaçları giderme süresi uzamaktadır (Paya, 2014).

Para birimi karşılığında satın alınan mal ve hizmet miktarı aynı kalmayacağından paranın değeri değişebilir. Bu değişim fiyatlar genel düzeyindeki değişikliklerle ölçülmektedir. Ancak paranın değer ölçüsü olarak istikrarlı olması da önemlidir. Zira çok sık değer yitiren paralar bu fonksiyonlarını yerine getirmede zorlanabilemektedir.

13.3.2. Mübadele Aracı Olma Fonksiyonu

Paranın **mübadele** aracı olma fonksiyonu, mal ve hizmetlerin el değiştirmesi sürecini kolaylaştırın ve hızlandıran bir işlev kazandırmaktadır.

Para herkes tarafından kabul edilen bir alış-veriş aracıdır. Paranın kullanılmadığı dönemlerde insanlar trampa adı verilen bir değişim tokus işlemi ile ihtiyaçlarını gidermekteydi. Yani ihtiyaç duydukları malları ellerindeki mallarla değiştirerek elde etmekteydi. Ancak bunu yapabilmek için insanların karşılıklı olarak değişecek mallara ihtiyaç duymaları, malların değer bakımından eşit olması ve bu konuda anlaşmaları gerekmektedir (Abel ve diğerleri, 2011). Örneğin; köylünün elinde ihtiyaçından fazla buğdayı vardır. Bunu verip ayakkabı satın almak istemektedir. Elinde ihtiyaçından fazla ayakkabı bulunan ve buğday arzu eden kişiyi bulup, bu değişimini gerçekleştirmesi kolay değildir. Çünkü ayakkabıcının buğdaya ihtiyacı olmayabilir. Oysaki köylünün buğdayını para karşılığı satarak paraya çevirmesi istediği ayakkabıyı almasını kolaylaşımaktır.

Görlülmektedir ki para mübadele aracı olmak suretiyle trampanın güçlüklerini ortadan kaldırmaktadır (Ülgen, 2017). Ayrıca paranın mübadelelerde aracı olma fonksiyonu toplumda iş bölümü ve uzmanlaşmayı da hızlandırmıştır. Paranın iyi bir mübadele aracı olması için; toplumda herkes tarafından kabul edilen, taşınabilen, dayanıklı, bölünebilen, taklit edilemeyen özelliklerinin de bulunması gerekmektedir.



Anahtar Kavram

Mübadele: Mal, hizmet ve üretim faktörlerinin iktisadi karar birimleri arasında el değiştirmesidir.

13.3.3. Değer Olarak Saklanması Fonksiyonu

İnsanlar, gelirlerinin bir bölümünü tüketime ayırırken bir bölümünü de tasarruf ederler. Para herkes tarafından ödemelede kabul edilen ortak bir değişim aracı olduğuna göre insanlar tasarruflarını para olarak saklamakta yarar görürler (Mucuk, 2017). Çünkü tasarrufun para olarak saklanması bununla istediği anda istenilen mal ve hizmetin satın alınmasını mümkün kılmaktadır. Paranın saklanması birçok mala göre daha kolaydır. Tasarrufun para halinde saklanması, tasarruf sahibine bunu istediği gibi kullanma imkânını vermektedir. Bankaya yatırmakta, hisse senedi ve tahvil satın alabilmekte, taşınabilir veya taşınmaz mallar edinebilmektedir. Çünkü para sonsuz likittir.

Paranın değer olarak saklanması fonksiyonu; paranın değer ölçüsü ve mübadele aracı olması fonksiyonlarına bağlıdır. Örneğin; enflasyonlu dönemlerde tasarrufların para olarak saklanması eğilimi zayıflamaktadır. Fiyatların gelecekte daha fazla artacağı düşüncesi insanlarda parayı tutmaktan çok elden çıkarma eğilimini kuvvetlendirmektedir. Deflasyon dönemlerinde ise tersi bir eğilim görülmektedir. İnsanlar ellişindeki parayı kolay kolay elden çıkarmak istememekte ve elde tutma eğilimleri artmaktadır.

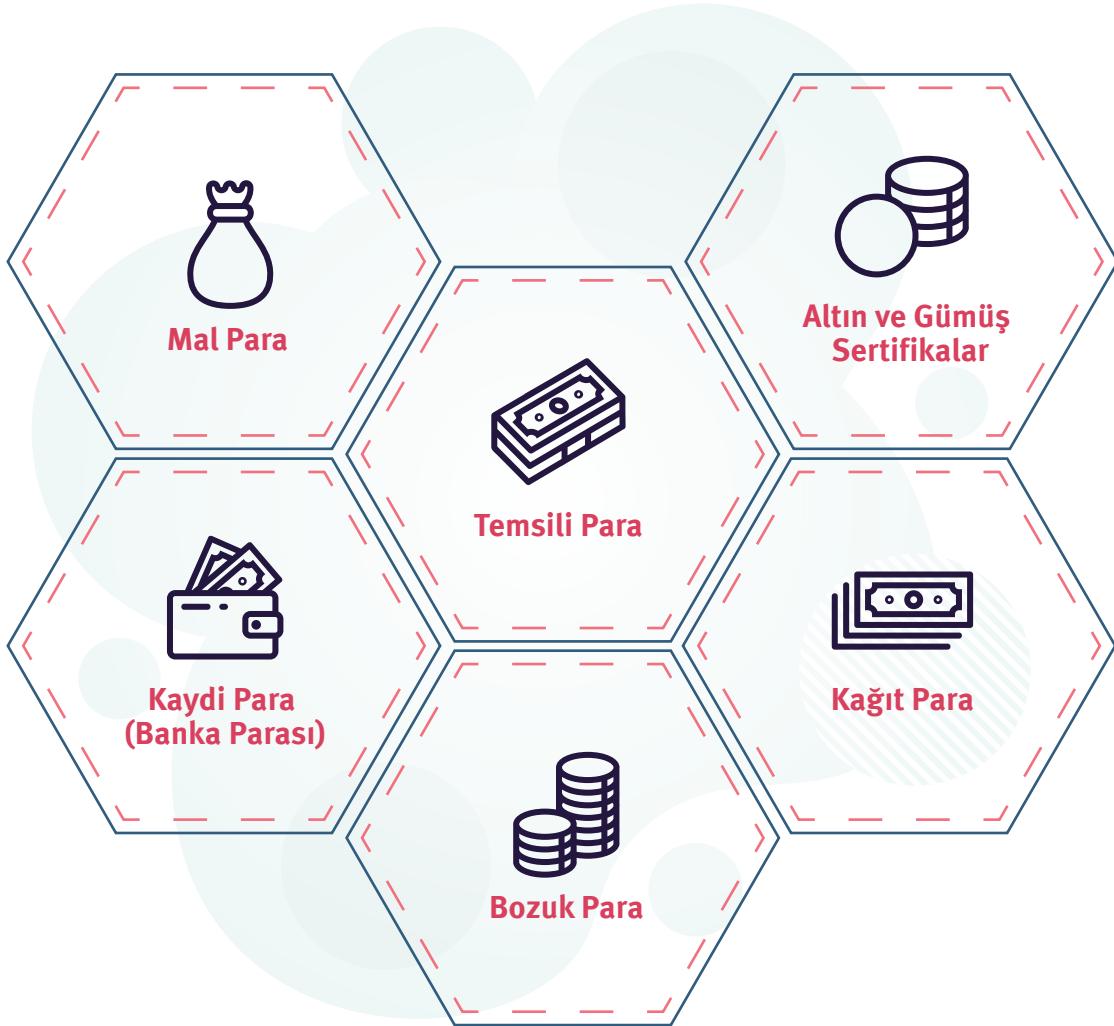
13.4. Para Çeşitleri

Para çeşitleri tarihsel süreç içinde ele alındığında toplumların gelişimi ile birlikte paranın da çeşitli aşamalardan geçtiği ve zaman içinde nitelik değiştirdiği görülmektedir. Bu doğrultuda paralar üç grupta toplanmaktadır. Bunlardan birincisi madeni paralar olarak da tanımlanan mal paralar, ikincisi senetler, sertifikalar ve banknotları kapsayan temsili paralar, üçüncüsü ise banka parası olarak da tanımlanan kaydi paradır (Bilgili, 2014).



Hatırlatma

Deflasyon konusuna 11. Bölümde yer verilmiştir.



Görsel 17. Para Çeşitleri

13.4.1. Mal Para

Paranın icadından önceki çağlarda, mübadelelerde aracı olarak kullanılan değerler mal para şeklindeydi. Başlangıçta bazı gıda maddeleri para yerine kullanılmıştır. Başka ifade ile malın malla değişimini yansitan mal paradır. Daha sonra ilk para çeşidi olarak gümüş ve altın paraların kullanıldığı görülmektedir. Paraların altınlı ve gümüş miktarı paranın satın alma değerine eşit olmaktadır. Böylece altın ve gümüş paralar nominal ve reel değerleri aynı olan tedavül araçları olup; mal para olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca hem mal hem de para olarak aynı değere sahip olan altın ve gümüş paralar para fonksiyonlarını tam olarak yerine getirebilme özelliğine sahiptirler (Mishkin, 2013).

13.4.2. Temsili Para

Tarihsel süreç içinde ekonominin gelişmesi ile altın ve gümüş paraların taşınmasının ve korunmasının güçleşmesi temsili paraların ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Bocutoğlu, 2016). Önceleri altın ve gümüşe çevrilebilen temsili paralar, zamanla yerini taşınması ve korunması daha kolay olan kâğıt paraya bırakmıştır. Temsili paralar dört çeşittir.

13.4.2.1. Altın ve Gümüş Sertifikalar

Yukarıda da ifade edildiği üzere altın ve gümüşten yapılan paraların taşınma ve korunma gücü nedeniyle sertifikalar ortaya çıkarılmıştır. Sertifikalar üzerinde yazılı bedel karşılığının altın ve gümüşle ödeneceğini belirtir. Ayrıca altın ve gümüş sertifikası veren kurumun kasasında %100 altın ve gümüş karşılığı bulunmaktadır.

13.4.2.2. Banknot

Para ihracına yetkili bir banka tarafından çıkarılan ve bu bankaya götürüldüğü zaman altına çevrilebilen bir paradır (Colander, 2004). 19. yüzyılda Batı Avrupa ülkelerinde halkın bankalara olan güveninin artması ve madeni paraya karşılık daha kolay taşınması, ödemelerin altın para yerine banknotla yapılmasını teşvik etmiş ve banknot genel bir ödeme aracı haline gelmiştir. Banknotlar altın ve gümüş sertifikalar gibi %100 karşılığı olmayan resmî ve özel kredi kuruluşları tarafından çıkarılan paralardır. Genellikle kasalardaki metal miktarı banknot miktarından daha azdır. Banknot bankaya götürüldüğünde hemen ödenen, ticari senetler gibi vade ile sınırlı olmayan ve faiz getirmeyen bir borç senedidir. Önceleri her banka banknot çıkarabilemeye iken, daha sonra suiistimalleri önlemek amacıyla banknot çıkışma yetkisi **merkez bankalarına** verilmiştir.



Anahtar Kavram

Merkez Bankası: Para çıkışma, para piyasasını denetleme, altın ve döviz rezervlerini kontrol etme gibi iktisadi faaliyetleri yürütmek için kurulan, ülkenin para ve kredi politikalarını yürütmekle görevli olan bankadır.

13.4.2.3. Kâğıt Para

Günümüz ekonomilerinde iktisadi hayatın değişmesi ve millî gelirlerin artması, mübadeleye konu teşkil eden malların hacmini çoğaltırken; bu fonksiyonu gerçekleştirecek paraya olan ihtiyacı da artırmaktadır (Egilmez, 2009). Böylece banknotun yerini, devletin zorunlu mübadele aracı olarak piyasaya sunduğu kâğıt para almıştır. Kâğıt para; maddi değeri, kâğıt, mürekkep ve basım değerinden oluşan maliyetine eşit, ancak satın alma gücü yüksek bir ödeme aracıdır. Kâğıt para altın ve gümüşle değiştirilmeyi garanti etmeksızın, devletin çıkardığı ve tedavüllü devlet tarafından zorunlu tutulan paralardır.

Bir ülkede kâğıt para miktarını fiyat istikrarını bozmayacak şekilde ayarlamak gerekmektedir. Zira tedavüle sunulan para miktarı ekonominin gereksinim duyduğu miktarın üzerine çıktıığında enflasyonist etki yaratmaktadır. Bu da o ülkede mal ve hizmet fiyatlarını artırırken, paranın satın alma gücünün düşmesine neden olmaktadır. Bundan başka; yabancı paraların değer kazanması ve ulusal paradan kaçış gibi sakıncaları da bulunmaktadır.

13.4.2.4. Bozuk Para

Küçük ödemeleri ve toplamdaki küsuratları karşılamak üzere çıkarılan az miktardaki madeni paralardır. Genellikle gümüş, bakır, nikelden yapılan bu paraların maden değeri, üzerinde yazılan değerin altında olduğundan bozuk para denilmektedir (Egilmez, 2016). Ülkemizde kâğıt para basma yetkisi Merkez Bankası'na, madeni (bozuk) para basma yetkisi ise Hazine'ye verilmiştir. Kâğıt para ile bozuk para toplamına asli para adı verilmektedir.

13.4.3. Kaydi Para (Banka Parası)

Ekonomide bankacılık sektörünün gelişmesine paralel olarak insanlar paralarını vadesiz hesaplara yatırmakta ve ödemelerini çek veya kredi kartı gibi araçlarla yapmaktadır. Satın alma gücünü yansitan bankalardaki vadesiz hesaba kaydi veya banka parası denilmektedir. Hesap sahiplerinin mevduat hesaplarına dayanarak kâğıt veya bozuk para kullanmadan ödemelerde bulunmasını mümkün kılmaktadır. Bu tür paralar, birçok ödemelerde el değiştirmesine gerek olmadan hesaptan hesaba aktarılmak suretiyle, satın alma gücü yaratmaktadır. Kaydi para kâğıt para ve banknottan farklıdır. Kâğıt para ve banknot maddi bir varlığa sahip olup, elden ele tedavül ettiği halde, kaydi para maddi olmayıp, hesaptan hesaba tedavül etmektedir (Mishkin, 2013).

Kaydi paranın tedavülüne **çekler** aracı olmakta ve ödemeler çekle yapılmaktadır. Bu şekilde ödemenin çekle yapılması durumunda hiç nakit para kullanmadan ödemeler bankalardaki vadesiz hesaplardan nakiller şeklinde yapılmaktadır. Burada ifade edilmesi gereken önemli bir nokta da kaydi paranın yaratılmasında para fonksiyonunu gören çek değil vadesiz mevduat hesabıdır.



Anahtar Kavram

Çek: Herhangi bir kredi kurumunda hesabı bulunan bir kişinin, satın aldığı hizmet veya ürün karşılığında para yerine verdiği ve karşılığı banka tarafından ödenen değerli kâğıttır.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * Para, insanlar ve ülkeler arasında el değiştirerek ticari faaliyetlerin yürütülmesini sağlamaktadır. Paranın temel özelliklerini beş başlık altında sıralamak mümkündür. Homojen, Taşınabilir, Dayanıklı, Bölünebilir olması ve Taklit edilememesidir.
- * Paranın üç fonksiyonu vardır. Değer ölçüsü ve hesap birimi olma fonksiyonu, ortak değer ölçüsü olarak para; mal ve hizmetin ne kadar para birimi karşılığında el değiştireceğini gösterir ki bu da o mal ve hizmetin fiyatını belirler.
- * Paranın mübadele aracı olma fonksiyonu, mal ve hizmetlerin el değiştirmesi sürecini kolaylaştırın ve hızlandıran bir işlev kazandırmaktadır.
- * Paranın değer olarak saklanması fonksiyonu, paranın saklanması birçok mala göre daha kolaydır. Tasarrufun para halinde saklanması, tasarruf sahibine bunu istediği gibi kullanma imkânını vermektedir.
- * Para çeşitleri üç grupta toplanmaktadır. Birincisi madeni paralar olarak tanımlanan mal paralar, ikincisi senetler, sertifikalar ve banknotları kapsayan temsili paralar, üçüncüsü ise banka parası olarak da tanımlanan kaydi paradır.
- * Paranın icadından önceki çağlarda, mübadelelerde aracı olarak kullanılan değerler mal para şeklindedir. Başlangıçta bazı gıda maddeleri para yerine kullanılmıştır. Daha sonra ilk para çeşidi olarak gümüş ve altın paraların kullanıldığı görülmektedir.
- * Ekonominin gelişmesi ile altın ve gümüş paraların taşınmasının ve korunmasının güçleşmesi temsili paraların ortayamasına sebep olmuştur. Temsili paralar dört çeşittir.
 - * Altın ve gümüş sertifikalar üzerinde yazılı bedel karşılığının altın ve gümüşle ödeneceğini belirtir. Banknotlar altın ve gümüş sertifikaları gibi %100 karşılığı olmayan resmî ve özel kredi kuruluşları tarafından çıkarılan paralardır.
- * Kâğıt para; maddi değeri, kâğıt, mürekkep ve basım değerinden oluşan maliyetine eşit, ancak satın alma gücü yüksek bir ödeme aracıdır. Bozuk para, küçük ödemeleri ve toplamdaki küsuratları karşılamak üzere çıkarılan az mikardaki madeni paralardır.

- * Kaydi para, birçok ödemelerde el değiştirmesine gerek olmadan hesaptan hesaba aktarılmak suretiyle, satın alma gücü yaratılabilmektedir. Kaydi para kâğıt para ve banknottan farklıdır. Kâğıt para ve banknot maddi bir varlığa sahip olup, elden ele tedavül ettiği hâlde, kaydi para maddi olmayıp, hesaptan hesaba tedavül etmektedir.

Kaynakça

Abel, A. B., Bernanke, B. S. ve Croushore, D. (2011).

Macroeconomics.

Bilgili, Y. (2014). *Makro İktisat*. İstanbul: İkinci Sayfa Yayınevi.

Bocutoğlu, E. (2016). *Makro İktisat - Teoriler ve Politikalar*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Colander, D. C. (2004). *Macroeconomics*. New York: McGraw Hill Irwin.

Egilmez, M. (2009). *Makroekonomi, Türkiye'den Örneklerle*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Egilmez, M. (2016). *Makro Ekonomi*. İstanbul: Remzi Yayınevi.

Ertürk, E. (2013). *Makro İktisat Teori ve Politikası*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Mishkin, F. (2013). *Economics: Money, Banking and Financial Markets*. London: Pearson Education.

Mishkin, F. S. (2000). *Para Teorisi ve Politikası* (İ. Şıklar, A: Çakmak, S. Yavuz, Çev.). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Mucuk, M. (2017). *Makro İktisat Teori ve Türkiye Uygulaması*. Konya: Billur Yayınları.

Paya, M. (2013). *Para Teorisi ve Para Politikası*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Paya, M. (2014). *Makro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Ülgen, G. (2017). *Makro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Türkmen Kitabevi. 7.Baskı

Bölüm Soruları

- 1. Mal, hizmet, borç ve alacaklarda değer ölçüsü olarak genel kabul gören araca ne denir?**
 - A) Para
 - B) Çek
 - C) Kredi
 - D) Mevduat
 - E) Likidite
- 2. Aşağıdakilerden hangi para fonksiyonu mal ve hizmetlerin el değiştirmesi sürecini kolaylaştırır mıdır?**
 - A) Hesap birimi olma
 - B) Değişim aracı olma
 - C) İktisat politikası aracı olma
 - D) Değer muhafaza aracı olma
 - E) Finansal yeniliklere olanak tanıma
- 3. Aşağıdakilerden hangi özellik paranın özelliklerinden biri değildir?**
 - A) Toplum tarafından genel kabul görmesi
 - B) Ağırlığına göre yüksek bir değere sahip olması
 - C) Bozulmaması ve taşınmaya elverişli olması
 - D) Homojen olması
 - E) Hepsi
- 4. Hangisi paranın geleneksel fonksiyonlarından biri değildir?**
 - A) Hesap birimi yanı, değer ölçüsü olması
 - B) Faiz oranının belirleyicisi olması
 - C) Mübadele aracı olması
 - D) Tasarruf yanı, değer biriktirme aracı olması
 - E) Hiçbiri
- 5. Hangisi paranın modern fonksiyonlarından değildir?**
 - A) Ekonomik faaliyetlerde etkin olması
 - B) Gelirleri yeniden dağıtıcı olması
 - C) Nüfuz aracı olması
 - D) Değişim ve ödeme aracı olması
 - E) Hiçbiri
- 6. Ekonomideki fiyat istikrarsızlıklarını paranın hangi fonksiyonuna etki etmektedir?**
 - A) Hesap birimi olma
 - B) Değer saklama aracı olma
 - C) Değişim aracı olma
 - D) Finansal nitelik taşıma
 - E) En likit varlık olma
- 7. Paranın tasarruf olarak saklanması sonucu kişiye bunu istediği gibi kullanma imkânını veren unsur aşağıdakilerden hangisi değildir?**
 - A) Bankaya yatırabilir
 - B) Hisse senedi alabilir
 - C) Tahvil satın alabilir
 - D) Taşınmaz mallar edinebilir
 - E) Alış-verişte kullanabilir.
- 8. Aşağıdakilerden hangisi altın ve gümüşe çevrilebilen para çeşididir?**
 - A) Banknot
 - B) Kâğıt para
 - C) Temsili para
 - D) Mal para
 - E) Sikke

9. Aşağıdakilerden hangisi hem mal hem de değişim aracı olarak kullanılan para çeşididir?

- A) Kaydi para
- B) Mal para
- C) İtibari para
- D) Aslı para
- E) Bozukluk para

10. Aşağıdakilerden hangisi banka parasını tanımlamaktadır?

- A) Mevduat
- B) Kredi
- C) Kaydi para
- D) Nakdi olmayan para
- E) Banknot

Cevap Anahtarı

1. A	2. B	3. B	4. B	5. C
6. B	7. E	8. C	9. B	10. C



14. PARA POLİTİKASI

“Spekülasyon, piyasanın psikolojisini tahmin etme faaliyetidir.”

John Maynard Keynes



Ders videosunu izlemek için
QR kodu taratın.

Kazanımlar

- Merkez Bankasının para politikası uygulamalarından dört politika aracı tanıyalabilir.
- Merkez Bankasının likitideyi değiştirmek üzere kredi, para arzı ve faiz oranları ile yaptığı düzenlemeleri kavrayabilir.
- Ekonomide değişen koşullarda uygulanan para politikaları hakkında bilgi sahibi olabilir.

Başlamadan Önce

Bu bölümde tam istihdam, fiyat istikrarı, faiz oranı istikrarı, ekonomik büyümeye, ödemeler bilançosu dengesi olarak para politikasının amaçları açıklanacaktır. Merkez Bankası tarafından hazine bonosu, devlet tahvili ve döviz alım satımı yaparak para arızını belirlediği Açık piyasa işlemleri, merkez bankasının bankalara verdiği kredilere uyguladığı faiz oranını ifade eden reeskont oranları, bankaların mevduat şeklindeki yükümlülükleri karşılığında hangi miktarda zorunlu rezerv kullanacaklarını gösteren zorunlu karşılık oranları ile, ticari bankaların çeşitli ekonomik faaliyetleri ile ilgili olarak açacakları kredilere bir tavan getiren kredi tavanı gibi para politikası araçları ele alınacaktır. Bölüm sonunda para politikası kuralları kavramları ele alınacaktır.

Birlikte Düşünelim

- Hükümetlerin ekonominin likiditesini değiştirmek ile ilgili düzenlemelerine ne denilmektedir?
- Para politikalarının düzenlenmesinde yetkili birim hangi kurumdur?
- Para miktarını kontrol edebilmek için kullanılan araçlar nelerdir?



Okuma Önerisi

Mishkin, F. S. (2000). *Para Teorisi ve Politikası*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.



14.1. Para Politikasının Amaçları

Para politikası bir ülkede hükümetlerin belirli ekonomik amaçları gerçekleştirmek için ekonominin likiditesini değiştirmek üzere kredi, para arzı ve faiz oranları ile ilgili olarak yaptığı düzenlemelerdir. Para politikalarının düzenlenmesinde Merkez Bankaları önemli rol oynamaktadır.

Para politikası bir ülkede hükümetlerin belirli ekonomik amaçları gerçekleştirmek için ekonominin likiditesini değiştirmek üzere kredi, para arzı ve faiz oranları ile ilgili olarak yaptığı düzenlemelerdir. (Ülgen, 2017) . Para politikalarının düzenlenmesinde Merkez Bankaları önemli rol oynamaktadır.

Para politikasının amacı, para arzını belirleyerek; fiyat istikrarını, toplam talebi, faiz oranını, millî geliri, istihdam düzeyi ile ödemeler bilançosu dengesini etkilemektir. Para politikasının amaçları beş başlık altında toplanabilir. Bunlar tam istihdam, fiyat istikrarı, faiz oranı istikrarı, ekonomik büyümeye ve ödemeler bilançosu dengesidir.



Görsel 18. Para Politikasının Amaçları

14.1.1. Tam İstihdam

Para politikası uygulamasında tam istihdam hedefi; emek piyasasında iş gücü arzının iş gücü talebine eşit olması durumudur. Bu nedenle para politikasının amacı ekonomideki işsizlik sorununu ortadan kaldırılmaya yönelik programları

uygulamaya koymaktır. Örneğin ülkemizde Çıraklı Eğitim Merkezleri gibi yeni kurulan merkezler bu amaca yönelik olarak faaliyette bulunmaktadırlar. (Ülgen, 2019) .

14.1.2. Fiyat İstikrarı

Bir ekonomide fiyatlar genel düzeyinin sürekli değişim göstermesi, ülke ekonomisinde istikrarsızlıklara neden olmaktadır.

Fiyat istikrарının olmadığı durumlarda bir yandan ekonomik faaliyetlerdeki düzensizlik ülkenin kalkınmasını güçleştirirken; diğer yandan sosyal sınıflar arasında gelir dağılımının bozulmasına neden olmaktadır. Bu nedenle fiyat istikrarı istenilen bir durumdur. Çünkü enflasyonist dönemde firmalar istikrarsızlık nedeniyle ileriye yönelik karar alamamaktadır. İşte fiyat değişimlerini ve bunun etkilerini azaltabilmek amacıyla para politikasından yararlanılmaktadır.

14.1.3. Faiz Oranı İstikrarı

Para politikasının amaçlarından biri de faiz oranında sağlanacak olan istikrardır. Zira faiz oranındaki dalgalandırmalar, fiyat istikrarsızlığında olduğu gibi ekonomide belirsizliklere neden olmaktadır. Belirsizliğin yaşanması konut, otomobil ve dayanıklı tüketim mallarına yönelik talebi etkilemektedir. Talepte azalma ise ekonomide daraltıcı bir etki yaratmaktadır.

14.1.4. Ekonomik Büyüme

Ekonominin büyümeye için; verimlilik artışı, yeni yatırım girişimi ve işsizlik oranının düşük olması gibi faktörlerin gerçekleşmesi gerekmektedir. Bir ülkenin ekonomik gelişim sürecinde bazen üretim, gelir ve harcamalarda bir azalma yaşanırken; bazen de bu unsurlarda canlılık görülebilmektedir. Başka bir ifade ile bir ülkenin GSMH'da bazı dönemler artış, bazı dönemler ise azalmalar yaşanabilemektedir. (Ülgen, 2019) . Bu nedenle tam istihdam sağlanarak, üretim düzeyini en üst seviyeye çıkarmak ve bundaki düşüşlerin meydana gelmesini önlemek para politikası uygulamasının amaçları arasında yer almaktadır.



Hatırlatma

İşsizlik konusuna 12. Bölümde yer verilmiştir.

14.1.5. Ödemeler Bilançosu Dengesi

Bir ülkenin diğer ülkeler ile olan ticaretinde; ülke parasının yabancı paralar karşısındaki değeri dış ticaretini etkilemektedir. Ülkenin ödemeler bilançosu açık verdiğiinde bunun kapatılması için ya ihracat artırlacak veya ithâlât azaltılacaktır. Her iki durumda da para politikası tedbirlerinin kullanılması mümkün olmaktadır.

Ayrıca döviz piyasasında ortaya çıkan dalgalandırmalar da ödemeler dengesini etkilemektedir. Bir ülke parasının yabancı paralar karşısında aşırı değerlenmesi, o ülke mal fiyatlarının uluslararası piyasalarda yabancı para cinsinden değerlenmesine ve diğer ülke malları ile rekabeti azaltıcı bir etkiye neden olmaktadır. Bu nedenle para politikasının amaçlarından birisi de her ülke için önemli olan dış

ticaretin geliştirilmesi ve bu doğrultuda döviz kurlarında istikrarı sağlayacak uygulamaların gerçekleştirilmemesidir.

14.2. Para Politikasının Araçları

Para politikasını yürüten organ Merkez Bankasıdır. Bir ülkede para arzını ekonominin gereklerine göre düzenlemektedir. Amacı parasal istikrarı ve düzenli ekonomik büyümeyi gerçekleştirmektir. Bunu sağlamak için para politikasını uygularken kullandıkları araçlar dört tanedir. Bunlar; açık piyasa işlemleri, reeskont oranları, kanuni karşılıklar ve kredi tavanıdır.



Görsel 19. Para Politikasının Araçları

14.2.1. Açık Piyasa İşlemleri

Açık piyasa işlemleri, Merkez Bankası tarafından **hazine bonosu**, devlet tahvilî ve döviz alım satımı yaparak para arzını belirlediği önemli araçlardan birisidir. Merkez Bankası yatırımların yeterli bir düzeye ulaşmadığı, piyasada para darlığının olduğu ve işsizliğin yüksek düzeyde bulunduğu dönemlerde piyasayı canlandırmak amacıyla piyasadan hazine bonosu veya tahvil satın almaktadır. Bu durumda piyasada para arzı artarkan faiz oranı düşmektedir. Faiz oranlarının düşmesi yatırımlar üzerinde olumlu etki yaratırken; toplam talebi arttırmakta bu da ekonomide canlanmayı sağlamaktadır.



Anahtar Kavram

Hazine Bonosu: Hazinenin kısa dönemli finansman ihtiyacını karşılamak için çıkarılan ve bankalara iskonto ettirilen bir yıldan kısa vadeli devlet iç borçlanma senedidir.

Merkez Bankası enflasyonist ortamda piyasadaki para miktarını azaltmaya çalışır. Böylece piyasadaki satın alma gücü azalmış olmaktadır. Merkez Bankası'nın hazine bonosu veya devlet tahvili satarak dolaşımındaki para miktarını azaltması ve buna paralel olarak kredi hacminin daralması toplam talebin de azalmasına ve faiz oranlarının yükselmesine yol açmaktadır. (Ülgen, 2017).

Böylece Merkez Bankası'nın açık piyasa işlemleri deflasyon dönemlerinde ekonominin canlanması, enflasyon dönemlerinde ise fiyatların artış hızının azaltılması amacıyla kullanılan para politikası araçlarından birisidir.

14.2.2. Reeskont Oranları

Ekonomideki para arzını belirlemede kullanılan para politikası araçlarından birisi de reeskont oranlarıdır. Bankalar nakit ihtiyacı içinde oldukları zaman merkez bankasından borçlanabilmektedir. Buna göre merkez bankasının bankalara verdiği kredilere uyguladığı faiz oranına reeskont oranı adı verilmektedir.

Merkez bankası ekonominin ve bankacılık sisteminin içinde bulunduğu koşullara göre istediği zaman bu oranı arttırmak veya azaltmak istemektedir. Reeskont oranındaki artışlar bankaların merkez bankasından borçlanmasını caydırırken, reeskont oranındaki düşüşler bankaların merkez bankasından borçlanmasını teşvik etmektedir.

Merkez bankası tarafından reeskont oranın artırılması veya azaltılması kredi hacmini etkilemektedir. Piyasada para darlığı veya deflasyonist bir durum var ise Merkez bankası reeskont oranını düşürmektedir. Reeskont oranın düşmesi para arzını artırırken durgunluk döneminin aşılmasını sağlamaktadır.

Piyasada enflasyonist bir durum var ise para arzını azaltmak için merkez bankası reeskont oranını yükseltmekte ve enflasyonist baskının azaltılmasını sağlamaktadır.

Bu politikanın uygulanmasında merkez bankası reeskont oranını belirlemekte, ancak borçlanıp borçlanmama konusunda bankaların tercihleri belirleyici olmaktadır. (Ülgen, 2017) . Buna göre reeskont oranları politikasının para arzı üzerindeki etkisi bankaların davranışlarına bağlı olmaktadır.

14.2.3. Zorunlu Karşılık Oranları

Ekonomideki para arzı miktarını kontrol etmek amacıyla, merkez bankası tarafından belirlenen ve bankaların mevduat şeklindeki yükümlülükleri karşılığında hangi miktarda zorunlu rezerv kullanacaklarını gösteren orandır.

Merkez bankası zorunlu karşılık oranını yükselttiğinde bankalar daha büyük miktarı rezerv olarak tutmak zorunda kalmakta, yaratacakları kaydi para azaltmaktadır. Tersi durumunda ise zorunlu karşılık oranı düşürilmekte, daha az rezerv tutma nedeniyle bankaların yaratacağı kaydi para miktarı artmaktadır. (Ülgen, 2019). Böylece zorunlu karşılık oranının yükseltilmesi ekonomideki para arzının daralmasına neden olurken; zorunlu karşılık oranının düşürülmESİ de ekonomideki para arzı miktarını artırmaktadır.



Anahtar Kavram

Likidite: Bir varlığın kolayca ve hızlı bir şekilde nakde çevrilebilme derecesidir.

Etkili bir para politikası aracı olarak; bir yandan para arzında büyük değişilikler yaratmakta bir yandan da bankaları **likidite** sıkışıklığına sokabilme riski nedeniyle keskin sonuçlar yaratabilmektedir.

14.2.4. Kredi Tavarı

Para ve kredi hacmini kontrol amacıyla yukarıda açıklanan politika tedbirlerini tamamlayıcı nitelikte başka tedbirlere de başvurulabilir Merkez Bankası ticari bankaların çeşitli ekonomik faaliyetleri ile ilgili olarak açacakları kredilere bir tavan getirebilir. Böylece Merkez Bankası kredi hacmini ekonomik gelişmeler doğrultusunda ayarlama imkânına sahip olmaktadır. Bu tür bir uygulamaya genellikle dolaşımındaki para miktarının azaltılması istenildiği dönemlerde gidilmektedir. Bu uygulamanın en önemli özelliği istenilen sonucun kesin olarak sağlanmasıdır.

14.2.5. Selektif Kredi Kontrolleri

Merkez bankaları, ülkedeki gelişmeler ve kalkınma politikaları doğrultusunda ekonomideki rezerv miktarı ile faiz oranlarını selektif kredi kontrolleri uygulaması ile etkileyebilmektedir. Bu uygulama özellikle gelişmekte olan ülkelerde geliştirilmesi arzu edilen teşvik amacıyla yapıldığında etkileri sadece belirli sektörlerde görülmektedir.

Merkez bankaları selektif kredi kontrolleri ile deprem, savaş gibi olağanüstü durumlarda uzun vadeli düşük faizli tüketici kredisini sağlayabilmektedir. Ayrıca bazı sektörlerin gelişimini sağlamak amacıyla kendisine getirilen senetlere farklı reeskont oranları uygulayabilmektedir.

14.3. Para Politikası Kuralları

Merkez bankalarının uyguladığı para politikasının değişen koşullar ile ekonomik aktörleri etkileme gücüne uyumlu olması açısından belli kurallara göre uygulanması söz konusudur. **Para politikası otoritelerinin uygulayacakları üç temel kural bulunmaktadır.** Bunlar; **Para arzı hedeflemesi**, nominal GSYH hedeflemesi ve **enflasyon hedeflemesi**dir.

Monetaristler tarafından savunulan **para arzı hedeflemesine** göre merkez bankası ekonomide istikrarı sağlamak için para arzı sabit ve düşük bir hızla artırılmalıdır. Örneğin her dönem %2 gibi belli bir oranda artışın hedeflenmesi anlamına gelmektedir.

İkinci para politikası kuralı **nominal GSYH hedeflemesinde**, merkez bankası nominal GSYH'nın hedef değerini açıklar ve toplam talep ve toplam arzdaki değişmenin nominal GSYH hedef değeri üzerindeki etkilerini para arzını değiştirmektelidir. Örneğin, nominal GSYH'da hedeflenen düzeyden daha fazla bir artış olduğunda merkez bankası para arzını azaltarak toplam talebi dardırabilir. (Ülgen, 2017) . Nominal GSYH hedeflenen düzeyden daha az olduğunda ise merkez bankası para arzını artırarak toplam talebi canlandırabilir. Bu hedef-

leme de merkez bankası para piyasasındaki istikrarsızlığın etkilerini telafi eden bir para politikası izleme imkânına sahiptir.

Para politikası kurallarından üçüncüsü **enflasyon hedeflemesidir**. Temel amacı fiyat istikrarının sağlanmasıdır. Fiyat istikrarı ise ekonomik aktörlerin tüketim, tasarruf ve yatırım kararını alırken dikkate almayacakları kadar düşük bir enflasyon oranının sürdürülmesidir. Bu uygulamada merkez bankası belli bir enflasyon hedefi açıklar ve para politikası araçlarını kullanarak bu hedefe ulaşmaya çalışır. Bu süre içinde hedeften sapmalara göre para arzında gerekli ayarlamaları yapar. Örneğin, enflasyon oranı yükseldiğinde para arzını daraltmaya başlar.

İlk defa 1990 yılında Yeni Zelanda da uygulanan enflasyon hedeflemesinin, merkez bankasının para talebindeki istikrarsızlığı giderme ile halkın ve mali piyasaların **bu uygulamayı** kolay anlaması gibi avantajları bulunmaktadır. Ancak millî gelir ve istihdamdaki dalgalanmaları hafifletme imkânını ortadan kaldırma gibi sakıncaları da bulunmaktadır. Örneğin, petrol fiyatlarında meydana gelen artış fiyatlar genel düzeyini yükseltirken; millî geliri azaltıp, işsizliği artırarak ekonomiyi durgunluğa sürükleyebilir. Merkez bankası enflasyondaki bu artışı frenlemek amacıyla para arzını ve toplam talebi azaltabilir. Bu uygulama millî gelirin azalmasını ve işsizlik artışını şiddetlendireilmektedir. Enflasyon hedeflemesi Türkiye' de 2005' ten beri uygulanmaktadır.

Bu Bölümde Ne Öğrendik?

- * **Para politikası** bir ülkede hükümetlerin belirli ekonomik amaçları gerçekleştirmek için ekonominin likiditesini değiştirmek üzere kredi, para arzı ve faiz oranları ile ilgili olarak yaptığı düzenlemelerdir. Para politikalarının düzenlenmesinde Merkez Bankaları önemli rol oynamaktadır.
- * **Para politikasının amacı**, para arzını belirleyerek; fiyat istikrarını, toplam talebi, faiz oranını, millî geliri, istihdam düzeyi ile ödemeler bilançosu dengesini etkilemektir. Para politikasının amaçları beş başlık altında toplanabilir. Bunlar tam istihdam, fiyat istikrarı, faiz oranı istikrarı, ekonomik büyümeye ve ödemeler bilançosu dengesidir.
- * Para politikasını uygularken kullandıkları **araçlar** dört tanedir. Bunlar; **açık piyasa işlemleri, reeskont oranları, kanuni karşılıklar ve kredi tavanıdır.**
- * **Açık piyasa işlemleri**, Merkez Bankası tarafından hazine bonosu, devlet tahvili ve döviz alım satımı yaparak para arzını belirlediği önemli araçlardan birisidir.
- * Bankalar nakit ihtiyacı içinde oldukları zaman merkez bankasından borçlanabilmektedir. Buna göre merkez bankasının bankalara verdiği kredilere uyguladığı faiz oranına **reeskont oranı** adı verilmektedir.
- * Merkez bankası **zorunlu karşılık oranını yükselttiğinde** bankalar daha büyük miktarı rezerv olarak tutmak zorunda kalmakta, yaratacakları kaydi para azalmaktadır. Tersi durumunda ise **zorunlu karşılık oranı düşürülmemekte**, daha az rezerv tutma nedeniyle bankaların yaratacağı kaydi para miktarı artmaktadır.
- * Merkez Bankası ticari bankaların çeşitli ekonomik faaliyetleri ile ilgili olarak açacakları **kredilere bir tavan** getirebilir. Böylece Merkez Bankası kredi hacmini ekonomik gelişmeler doğrultusunda ayarlama imkânına sahip olmaktadır.
- * Merkez bankalarının uyguladığı para politikasının değişen koşullar ile ekonomik aktörleri etkileme gücüne uyumlu olması açısından belli kurallara göre uygulanması söz konusudur. Para politikası otoritelerinin uygulayacakları üç temel kural bulunmaktadır.

Bunlar; Para arzı hedeflemesi, nominal GSYH hedeflemesi ve enflasyon hedeflemesidir.

- * Para arzı hedeflemesine göre göre merkez bankası ekonomide istikrarı sağlamak için para arzı sabit ve düşük bir hızla arttırılmalıdır. Nominal GSYH hedeflemesinde, merkez bankası nominal GSYH'nın hedef değerini açıklar ve toplam talep ve toplam arzdaki değişmenin nominal GSYH hedef değeri üzerindeki etkilerini para arzını değiştirerek telafi etmeye çalışır. Enflasyon hedeflemesinin amacı fiyat istikrarının sağlanmasıdır.

Kaynakça

Bocutoğlu, E. (2016). *Makro İktisat - Teoriler ve Politikalar*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Egilmez, M. (2009). *Makroekonomi, Türkiye'den Örneklerle*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Froyen, R. (2013). *Macroeconomics Theory and Policy*. New Jersey: Prentice Hall.

Gartner, M. (2013). *Macroeconomics*. London: Pearson Education.

Jones, C. I. (2012). *Macroeconomics*. New York: W. W. Norton & Company.

Mishkin, F. S. (2000). *Para Teorisi ve Politikası* (İ. Şıklar, A. Çakmak, S. Yavuz, Çev.). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Mucuk, M. (2017). *Makro İktisat Teori ve Türkiye Uygulaması*. Konya: Billur Yayıncılıarı.

Paya, M. (2013). *Para Teorisi ve Para Politikası*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Paya, M. (2014). *Makro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Pekin, T. (2012). *Makro Ekonomi*. İzmir: Zeus Kitabevi.

Sloman, J. (2014). *İktisat Makro*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Snowdon, B. ve Vane, H. (2005). *Modern Macroeconomics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Ülgen, G. (2017). *Makro İktisat*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Ülgen, G. (2019). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Türkmen Kitabevi. 7.Baskı

Yıldırım, K., Karaman, D. ve Taşdemir, M. (2012). *Makro Ekonomi*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Bölüm Soruları

- 1. Hangisi Merkez bankasının kullandığı para politikası araçlarından biri değildir?**
 - A) Faiz oranı istikrarı
 - B) Kanuni karşılık
 - C) Reeskont oranı
 - D) Açık piyasa işlemleri
 - E) Kredi tavanı
- 2. Para politikasının temel amacı aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A) Fiyat istikrarını sağlamak
 - B) Tam istihdamı sağlamak
 - C) Yüksek ve dengeli büyümeyi gerçekleştirmek
 - D) Ödemeler dengesini sağlamak
 - E) Hepsi
- 3. Aşağıdakilerden hangisi para politikasının temel amaçlarından biri değildir?**
 - A) Fiyat İstikrarı
 - B) Bütçe Dengesi
 - C) Tam İstihdam
 - D) Faiz İstikrarı
 - E) Finansal Piyasalarda İstikrar
- 4. Hangi para politikası aracında doğrudan alım, doğrudan satım işlemi yapılmaktadır?**
 - A) Reeskont Politikası
 - B) Açık Piyasa İşlemleri
 - C) Kanuni Karşılık Politikası
 - D) Disponibilite Oranı
 - E) Hepsi
- 5. Aşağıdakilerden hangisi zorunlu karşılık oranının uygulanma amacını ifade etmektedir?**
 - A) Fiyatlar genel düzeyini kontrol etmek
 - B) Ülkedeki para miktarını kontrol etmek
 - C) Banka ihtiyatlarını muhafaza etmek
 - D) Kaydi para yaratmak
 - E) Kısmi rezerve destek olmak
- 6. Para politikasının amaçlarından biri olmayan kavram aşağıdakilerden hangisidir ?**
 - A) Tam istihdam
 - B) Fiyat istikrarı
 - C) Ekonomik büyümeye
 - D) Kredi tavanı
 - E) Tasarruf artışı
- 7. Para politikasının araçlarından biri olmayan kavram aşağıdakilerden hangisidir ?**
 - A) Finansal istikrar
 - B) Kanuni karşılık
 - C) Reeskont oranı
 - D) Açık piyasa işlemleri
 - E) Kredi tavanı
- 8. Merkez Bankası aşağıdakilerden hangisini açık piyasa işlemlerini gerçekleştirirken kullanmaktadır?**
 - A) Hazine Bonosu
 - B) B-Tipi likit fon
 - C) Döviz
 - D) Devlet tahvili
 - E) Repo

9. Reeskont oranının yükseltilmesi ekonomide nasıl bir durumu ifade etmektedir?

- A) Stagflasyon
- B) Deflasyon
- C) Enflasyon
- D) Devalüasyon
- E) Revalüasyon

10. Aşağıdakilerden hangi durum zorunlu karşılık oranlarının yükseltilmesi sonucu bankaları riskle karşıya bırakmaktadır?

- A) Merkez Bankasından borçlanmasını zorlaştırmakta
- B) Kredileri arttırma zorunluluğu
- C) Faiz oranında istikrarsızlık
- D) Likidite sıkışıklığı
- E) Likidite bolluğu

Cevap Anahtarı

1. A	2. A	3. B	4. B	5. B
6. D	7. A	8. B	9. C	10. D