

■ Bölüm 1

Temel Kavramlar ve Tüketici Davranışı

öğrenme çıktıları

1

Temel Kavramlar

1 İktisadın temel kavramlarını açıklayabilme

3

İktisadın Temel Soruları

3 İktisadın temel sorularını açıklayabilme

5

Grafikleri Anlamak

5 İktisatta kullanılan grafikleri tasvir edebilme

2

Kıtlık ve Tercih

2 Ekonomik birimlerin davranışlarının arkasında yatan nedenleri saptayabilme

4

Tüketici Davranışları ve Fayda

4 Tüketici dengesini açıklayabilme

Anahtar Sözcükler: • Kıtlık • Tercih, Ödünleşme • Fırsat Maliyeti • Marjinal Fayda
• Fayda Maksimizasyonu • Eğitim



GİRİŞ

Televizyonda, gazetede, internette gördüğünüz ya da günlük hayatta karşılaştığınız olayların birçoğunun arkasında yatan nedenin ekonomik olduğunu söyleyebiliriz. Hatta ilk bakışta iktisadi bir olay gibi görünmeyen durumların bile arkasında mutlaka bir iktisadi boyut aramak gerekir. Bir intiharın, hırsızlığın, cinayetin, boşanmanın, kırılan bir rekorun, bulunan yeni bir icadın, savaşın, barışın, çevre kirliliğinin ya da yeni bir teknolojinin ortaya çıkışındaki iktisadi nedenler çoğu zaman iktisadi olmayan nedenlerden çok daha fazladır. İşte bu yüzden iktisat tüm bireyleri, kurumları, toplumları ilgilendiren bir bilim dalıdır.

İktisadi bireylerin, firmaların, kurumların ve devletin yani iktisadi karar birimlerinin karar verme süreçlerini ve bu kararların sonuçlarını inceleyen sosyal bir bilim dalı olarak tanımlayabiliriz. İktisat bir sosyal bilim olarak her ne kadar karmaşık gibi gözükse de aslında hepimizin gündelik davranışlarını ve günlük yaşamımızda karşılaştığımız durum ve sorunları inceleyen ve açıklayan bir bilim dalıdır. Nitekim iktisat bilimin kurucularından olan 19. yy. iktisatçısı Alfred Marshall iktisadi “insanoğlunun normal yaşamındaki sıradan ilişkilerini inceleyen bir bilim dalı” olarak tanımlamıştır. İktisat bu incelemesini iktisadi teori, model ve verileri kullanarak yapar.

TEMEL KAVRAMLAR

İnsanoğlunun günlük hayatının sıradan ilişkileri ya da iktisadi dünyanın nasıl işlediği iktisadi modeller oluşturularak anlaşılabilir. Ekonomik model ekonomik değişkenlerin ve bu değişkenler arasındaki ilişkilerin çoğu zaman matematiksel ifadesidir. Ekonomik model aslında gerçek dünyadaki ilişkilerin daha basit bir şekilde tanımlanmasıdır. Eğer kurulan ekonomik modelin işleyişi ve sonuçları gerçek dünya ile uyumlu ise, o zaman o konuda bir ekonomik teori geliştirilebilir. Tıpkı mühendisler, mimarlar gibi iktisatçılarda teorilerini geliştirirken modellerden faydalanırlar. Nasıl ki bir mimar binayı inşa etmeden önce bir bilgisayar programı yardımı ile inşa edilecek binayı çiziyor, yani modelliyor, ya da bir otomobil tasarımcısı yeni bir otomobili önce bilgisayarda tasarlıyorsa, iktisatçılarda iktisadi olayları modelleyerek açıklamaya çalışırlar.

Teori varsayım ve hipotezlerden oluşur. Hipotezler çeşitli varsayımlar altında modellenerek ik-

tisadi olaylar ile ilgili sonuçlar çıkarılabilir. Aslında teoriler mantıksal ifadelerden başka bir şey değildir. Eğer hipotezler doğruysa, çıkarılan sonuçlarda doğru olacaktır. Örneğin, eğer tüm üniversite mezunları üniversite mezunu olmayanlardan daha fazla ücret alıyorsa ve Seda eğer üniversite mezunuysa o zaman Seda'nın üniversite mezunu olmayan birine göre daha fazla ücret alıyor olması gerekir.

İktisatçılar geleceği tahmin etmek için kurdukları modellerde teorileri kullanırlar. Çünkü iktisadi hayatta geleceği tahmin edebilmek her şeydir. Bir iktisatçı eğer ekonomi sürekli cari açık veriyorsa yabancı paraların Türk Lirası karşısında er ya da geç değer kazanacağını tahmin eder. Yine bir iktisatçı bir ürünün ithalatına kısıtlama getirildiğinde, o ürünün yurtiçi fiyatının artacağını tahmin eder.

Pozitif – Normatif İktisat

Gazetelerde yazılarını okuyup, televizyonlarda izlediğiniz iktisatçıların hemen hemen hepsinin farklı görüşlere sahip olduklarına hepimiz şahit olmuşuzdur. Bu bir sosyal bilim ve politika aracı olarak iktisadın pozitif ve normatif özelliğinden kaynaklanmaktadır. Pozitif iktisat bir iktisadi olayın ne olduğu, normatif iktisat ise ne olması gerektiği ile ilgilidir. Pozitif iktisat mevcut durumu açıklayan iktisattır. Örneğin “Türkiye’nin 2011 yılı dış ticaret açığı yüksektir” ifadesi bir pozitif iktisat ifadesidir. Bu ifadenin doğru olup olmadığını dış ticaret verilerine bakarak test edebiliriz. Bu ifadenin içerisinde herhangi bir değer yargısı yoktur.

Normatif iktisat ise daha çok görüş ve değer yargıları içerir. “Türkiye’nin dış ticaret açığı azaltmak için bazı ithal mallar Türkiye’de üretilmelidir” ifadesi ise bir normatif ifadedir. Zira bu öneriye herkes katılmayabilir. Veya dış ticaret açığı başka önlemlerle de azaltılabilir. Normatif bir ifadeyi doğrudan test etmek mümkün olmayabilir. Her ne kadar pozitif ve normatif iktisat birbirinden ayrıl-sa da, normatif iktisadi belirleyen kişisel görüş ve inançlarla birlikte pozitif iktisadın olgularıdır. O yüzden iktisatçılar daha çok pozitif iktisadın neden ve sonuçları ile ilgilenirler.

Mikroiktisat – Makroiktisat

Her ne kadar kendi içerisinde çok farklı alt bilim dallarına ayrıl-sa da, iktisat en temel olarak mikro ve makro iktisat olmak üzere iki ana bilim dalına ayrılır. Mikro iktisat bireylerin yani tüketicilerin ve firmala-

rın davranışlarını ve bu iki grubun karşılıklı etkileşimini inceler. Bir mal ya da hizmetin fiyatı ve ne kadar arz edileceğinin belirlenmesi ya da bir bireyin çalışma boş zaman tercihi, firmanın faaliyetleri ile ilgili aldığı kararlar mikro iktisadın konuları arasındadır.

Makro iktisat ise ulusal ya da küresel iktisadi olay ve değişkenleri inceler. Bir ekonomideki enflasyon, işsizlik, dış ticaret, döviz kurları, uluslararası sermaye hareketleri vb. konular ise makro iktisadın inceleme alanına girmektedir.

Her ne kadar mikro ve makro iktisat farklı konuları inceliyor olsa da, iktisadi birçok problemin hem mikro hem de makro dinamiklere sahip olduğu unutulmamalıdır. O yüzden mikro ve makro iktisad çok keskin çizgilerde birbirinden ayırmak oldukça güçtür. Zira bir makro politika değişikliğinin mikro etkileri olurken, mikro ekonomik politikalarda değişiklikte makro değişkenleri etkilemektedir. Örneğin bir mal ya da hizmetin katma değer vergisi (KDV) oranında yapılacak mikro bir değişiklik, bir makro değişken olan bütçe açığını pekâlâ etkileyebilecektir.

Piyasalar

Günlük kullanımda piyasa ile belli bir mal ya da hizmetin alınıp satıldığı yer kastedilir. Otomobil piyasası, altın piyasası, balık piyasası bunlara örnek gösterilebilir. İktisatta kullanılan piyasanın çok daha geniş bir anlamı vardır. Bu anlamda piyasa, bir iktisadi malın alıcı ve satıcılarının bir araya geldiği yer olarak tanımlanabilir. Alıcı ve satıcıların bir araya geldiği yerin sebze hali gibi fiziksel bir mekan olması gerekmemektedir. Örneğin İstanbul Menkul Kıymetler Piyasası'nda (İMKB) hisse senedi alıcı ve satıcıları fiziksel olarak bir araya gelmek zorunda değildir. İşlemler internet üzerinden ya da telefonla işlemler yapılabilir.

Piyasalar mal ve faktör piyasaları olmak üzere ikiye ayrılırlar. Mal ve hizmetlerin alınıp satıldığı piyasalara mal piyasaları, emek ve sermaye gibi üretim faktörlerinin alınıp satıldığı piyasalar ise faktör piyasaları denir. Piyasaların en önemli fonksiyonu karar alıcıların kararlarının koordinasyonunu sağlamasıdır.



Öğrenme Çıktısı

1 İktisadın temel kavramlarını açıklayabilme

Araştır 1

Günlük kullanımda piyasa ile iktisatta kullanılan piyasa kavramının arasındaki farkı açıklayınız.

İlişkilendir

Günlük hayatta karşılaştığımız bazı durum ve sorunların arkasındaki iktisadi gerekçeleri görebilmek için R.H. Frank'ın "Doğal İktisat, 2010. Çev. Tuncel Öncel" kitabına bakabilirsiniz.

Anlat/Paylaş

İktisadi hayatta bir iktisatçı için geleceği tahmin edebilmek neyi ifade eder, anlatınız?

KITLIK VE TERCİH

Ekonomik sorunlar isteklerin (ihtiyaçların) sahip olduklarımızdan (kaynaklardan) daha fazla olmasından kaynaklanmaktadır. İhtiyaçların kaynaklardan fazla olması durumuna iktisatta "kıtlık" diyoruz. Kıtlık için tüm iktisadi problemlerin merkezidir dersek yanlışmış olmayız. Kıtlık herkesin karşı karşıya kalabileceği bir durumdur. İktisatta kıtlık mutlaka su, ekmek gibi temel ihtiyaçlardan mahrum olmak anlamına gelmez. Yani 1 liralık bir dondurma almak isteyen fakat cebinde 50 kuruşu olan bir çocuğun karşı karşıya kaldığı durum da, Kanarya Adaları'nda tatil yapmak isteyen fakat bu tatile gitmesini sağlayacak kadar parası olmayan orta gelir düzeyine sahip bir devlet memurunun karşı karşıya kaldığı durum da kıtlık olarak tanımlanabilir.

Kıtlık sorunu ile karşı karşıya kalmayan bir bireyden söz etmek mümkün değildir. Kimimizin parası kıt olabilir, kimimizin toprağı kıt olabilir, kimimizin zamanı kıt olabilir. Tıpkı bireyler gibi toplumların, ülkelerin de kaynakları kıttır. Eğer ihtiyaçları karşılayan mallar ihtiyaçlar kadar olsaydı, o zaman kıtlık sorunu ile karşı karşıya kalmayacaktık. Fakat maalesef ihtiyaçları giderecek olan malların miktarı çoğu zaman ihtiyaç duyulan miktardan daha azdır. İhtiyacımız kadar var olan mallara örnek olarak, o da şimdilik, havayı gösterebiliriz. Dünyanın neresine giderseniz gidin hava için para ödemezsiniz ve istediğiniz kadar tüketebilirsiniz. İktisat biliminde bu tür mallara serbest mallar diyoruz.

İnsan ihtiyaçlarının giderilmesinde kullanılan ve çoğu zaman ihtiyaç duyulan miktardan daha az bulunan ve dolayısıyla iktisadın inceleme alanına giren mallara iktisadi mallar diyoruz. Burada mal ile kastedilen sadece otomobil, buzdolabı, ekmek gibi elle tutulabilen mallar değildir. İnsan ihtiyaçlarının giderilmesinde en az onlar kadar önemli olan kuaför, ulaşım, eğitim, sağlık, güvenlik gibi kullanıldığından insanlara fayda sağlayan hizmetler de iktisadi mallar arasında yer almaktadır. Her ikisinin de ortak özelliğı tüketimi ya da kullanımı ile bireylere fayda sağlamalarıdır.

Sonsuz olan ihtiyaçlar karşısında ihtiyaçları karşılayacak olan kaynaklar kıt olması bir tercih (seçim) yapma zorunluğı doğurur. Aslında iktisat biliminin özüdür seçim. İktisat bilimi, hem bu seçimin nasıl yapılacağı hem de bu seçimin sonuçları ile ilgilenir.

Rasyonel Davranış

Kaynakların kıtken ihtiyaçların sonsuz olması çoğu zaman alternatifler arasında bir seçim yapmayı yani bir karar almayı gerektirir. Peki, insanlar nasıl karar alırlar? İktisat biliminde insanların karar alırlarken rasyonel davrandıklarını varsayabiliriz. Kendi çıkarının peşinde koşan iktisadi insanın (*homo economicus*) en önemli özelliğı rasyonel (akılcı) davranış sergilemesidir.

✓ Bireysel çıkarını en çoğı çıkarmaya çalışan rasyonel insana “iktisadi insan (*homo economicus*)” denir.

İktisatta amaçlarına ulaşmak üzere sistematik ve bilinçli olarak mevcut alternatifler arasında yapabileceğinin en iyisini yapmayı rasyonel davranış olarak tanımlayabiliriz. Rasyonel davranış, davranışı sergileyen açısından tüm yarar ve zararları düşünölmüş, kendi içerisinde tutarlı ve karar alıcının amacına en iyi şekilde ulaşmasını sağlayan davranış biçimidir. İktisatçılar ekonomik birimlerin karar alırlarken rasyonel davrandıklarını ve dolayısıyla da yaptıkları seçimin rasyonel seçim olduğunu varsayarlar. Firmalar üretim miktarı ile ilgili kararlarını alırlarken, ne kadar işçi çalıştıracaklarına karar verirlerken, tüketiciler ne kadar çalışıp ne kadar harcayacaklarına karar verirlerken, hazine ne kadar hazine bonusu çıkaracağına karar verirken rasyonel davranır.

Fırsat Maliyeti - Parasal Maliyet

Tercih bir şeyi elde etmemizi sağlarken başka bir şeyden vazgeçmeyi zorunlu kılar. Buna “ödünleşme (trade-off)” diyoruz. Eğer Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Programlarının birinde okuyup bir ön lisans veya lisans derecesine sahip olmak istiyorsanız, o zaman en azından belirli bir süre güneşli bir Nisan hafta sonundan vazgeçmeniz gerekiyor. Çünkü Nisan’ın ilk hafta sonu Açık Öğretim sınavları var. Yani Açık Öğretim’de okumanın ödünleşmelerinden bir tanesi Nisan’ın ilk hafta sonudur. Her tercihin bir maliyeti vardır. Herhangi bir şeyi elde etmek için vazgeçtiğimiz en değerli alternatif, o tercihin fırsat maliyetidir. Pazar günü fazla mesai yapmanın fırsat maliyeti, aile ile gidilmeyen piknik ya da seyredemediğiniz film olabilir.

Fırsat maliyeti ile parasal maliyeti birbirinden ayırmak gerekmektedir. Ekonomistler, bir kararın daha çok fırsat maliyetini göz önünde bulundururlar. Çünkü bir şeyin maliyeti onu elde etmek için nelerden vazgeçtiğinizdir. Saatte 10₺ kazanan bir taksi şoförünü düşönelim. Bu taksi şoförü mesai saatleri içerisinde toplam süresi 2 saat olan ve bilet fiyatının 10₺ olduğı bir sinemada yeni çıkan bir filme gitsin. Taksicinin sinemaya gitmesinin fırsat maliyeti kaç liradır sizce? Cevap 30₺. Taksici sinemaya gitmek için öncelikle sinema biletini satın alarak 10₺ parasal maliyete katlanmıştır. Filmi izlemek için ise 2 saatini harcamıştır. Taksici saatte 10₺ kazandığına göre, taksicinin çalışmadığı 2 saatin fırsat maliyeti 20₺’dir. Buda taksicinin sinemaya gitmesinin

fırsat maliyetinin 30₺ olmasına neden olur. Tabi taksicinin sinemaya giderek vazgeçtiği 30₺'den sağladığı fayda, gitmeyerek kazanacağı 20₺'nin sağlayacağı faydadan daha yüksek olabilir. Gittiğine göre muhtemelen öyledir.

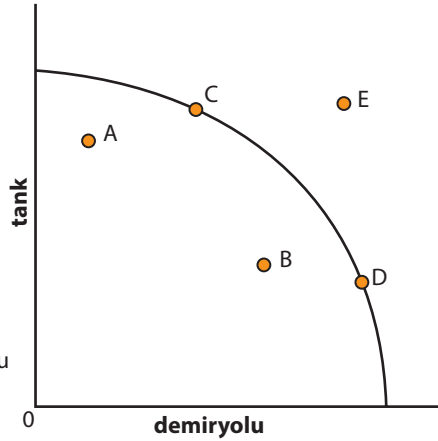
Üretim İmkanları Sınırı

Tıpkı bireyler gibi toplumların (ekonomilerin) da kaynakları kıttır. Toplumun ihtiyaçlarını karşılayacak olan kaynakların kıt olması, onları bir tercih yapmaya zorlayacaktır. Acaba Türkiye ekonomisi tüm büyük şehirlerini hızlı tren hatları ile birbirine bağlayacak bir yatırım mı yapmalıdır, yoksa eğitime ayrılan bütçesini iki katına çıkararak daha eğitilmiş bir nesil mi yaratmalıdır? Aşikâr olan tek şey bunun ikisinin aynı anda yapılamayacağıdır. O zaman Türkiye bir karar vermek, bir tercih yapmak zorundadır. Fakat her tercihin bir maliyeti olacaktır. Eğer hızlı tren projesini yapmak isterse, eğitime yapılacak yatırımlardan vazgeçmek zorunda kalacaktır.

Ekonomilerin tercihlerini, dolayısıyla kararlarının fırsat maliyetini, üretim imkanları sınırı (eğrisi) ile gösterebiliyoruz. Üretim imkanları sınırı bir ekonominin tüm kaynaklarını ve sahip olduğu teknolojiyi kullanarak gerçekleştirebileceği üretimin sınırlarını gösterir. Bu eğrinin negatif eğimli olması her tercihin bir fırsat maliyeti olduğunu, dolayısıyla iki seçenek arasında bir ödünleşmenin olduğunu gösterir.

Üretim İmkanları Sınırı

Şekilde **A**, **B**, **C** ve **D** noktaları bu ekonominin mevcut kaynakları ile gerçekleştirebileceği alternatif üretim bileşimleridir. **E** noktası ise bu ekonominin mevcut kaynakları ile gerçekleştiremeyeceği bir üretim bileşimidir. Eğer ekonomi **C** veya **D** gibi üretim imkanları eğrisi üzerinde bir noktada ise tüm kaynaklarını kullanarak gerçekleştirebileceği en yüksek üretimi gerçekleştiriyor demektir. Üretim imkanları eğrisi üzerindeki noktalar, kaynakların tam ve etkin bir şekilde kullanıldığı noktadır. **C** ve **D** noktaları arasındaki fark yapılan tercihtir. Ekonomi **C** noktasında daha çok tank üretip, daha az demiryolu yapmayı tercih ederken, **D** noktasında daha az tank, daha çok demiryolu inşa etmeyi tercih etmektedir.



Şekil 1.1 Üretim İmkanları Eğrisi

Marjinal Maliyet - Marjinal Fayda

Aslında bir kararın ya da eylemin doğrudan parasal maliyeti ya da fırsat maliyeti o kararı almak için yeterli değildir. İktisatçıların daha çok üzerinde durduğu bir eylemin doğurduğu ilave maliyet ile ilave yarardır. Bir şeyi yapmanın yarattığı ilave maliyete marjinal maliyet, o eylemden elde edilen ilave yarara ise marjinal fayda denir. Bir kararın ya da eylemin marjinal fayda ve maliyetini göz önünde bulundurarak karar vermeye ise marjinal analiz denir. Marjinal analiz, sadece iktisadın değil günlük yaşamın karar alma süreçlerinin temel yöntemlerindendir. Çünkü insanlar bir şeyi yapmak ya da yapmamaktan çok, ne kadar yapacağına karar vermek zorundadır. Örneğin, normalde bir insan çalışsam mı çalışmasam mı diye düşünmez. Ne kadar çalışsam diye düşünür. Tatile gitsem mi den çok, kaç gün gitsem diye düşünür. Bir firma reklam versem miden çok, ne kadar versem diye düşünür. İşte bu tür seçim problemlerinde optimal karar marjinal analiz ile alınabilir. Örneğin bir firma reklam bütçesini 10.000₺ daha artırdığında, karının ne kadar arttığına bakar. Eğer reklamın yarattığı marjinal kâr (ilave kâr) reklamın marjinal maliyetinden (10.000₺) daha büyükse, o zaman reklam bütçesini 10.000₺ artırmak doğru bir karardır.

Kıt kaynakların en etkin şekilde kullanımının yolu bir kararın marjinal fayda ve maliyetini göz önünde bulundurmaktır. Eğer bir eylemin yarattığı marjinal fayda onun marjinal maliyetinden fazla ise, bu eylemi gerçekleştirmek mantıklıdır. Bu şekilde alınan kararlar optimal (en iyi) karar olarak adlandırılabilir.

İkame ve Teşvik

Ekonomik birimlerin kararlarını etkileyen, değişmesine neden olan iki temel faktör vardır. Birincisi hemen hemen birçok eylemin bir ikamesinin var olmasıdır. İkame bir şeyin başka bir şeyin yerine geçmesidir. Eğer bir eylemin, bir kararın fırsat maliyeti artarsa ekonomik birimler bu eylemi başka bir eylem ile ikame edebilir. Örneğin Eskişehir'den Ankara'ya toplu taşıma aracı kullanarak gitmenin iki yolu olabilir. Bunlar tren ve şehirlerarası otobüstür. Dolayısıyla Eskişehir'den Ankara'ya otobüs ile gitmenin ikamesi trenle gitmektir. Eğer Eskişehir-Ankara otobüs fiyatları artarsa, Eskişehir'den Ankara'ya otobüs ile gitmenin fırsat maliyeti artmış olur. O zaman yolcular Ankara'ya tren ile gitmeyi tercih edebilirler. Bir kararın ya da aktivitenin fırsat maliyetinde bir değişim olursa ve bu aktivitenin yakın ikamesi varsa, o zaman bir mal yada hizmetin fırsat maliyeti değiştiğinde başka bir mal yada hizmet ile ikame edilme derecesi artacaktır. Örneğin, Eskişehir-Ankara otobüs ve tren fiyatları değişmezken, yüksek hızlı tren ile Eskişehir'den Ankara'ya gitmek 3 saatten 1,5 saate düşmüşse, o zaman Eskişehir'den Ankara'ya otobüs ile gitmenin

parasal maliyeti aynı olmakla birlikte, fırsat maliyeti artmıştır. Bu durumda rasyonel bir yolcu, otobüs seyahatini tren seyahati ile ikame etmelidir.

Bir davranışın fırsat maliyetinin değişmesi sonucu başka bir davranış ile ikame edilmesinin nedeni ortaya çıkan teşviktir. Teşvik bir davranışın ortaya çıkmasını özendirme, teşvik bazen bir ödül olabileceği gibi bazen de bir ceza olabilir. Her iki durumda da, amaç bir davranışın ortaya çıkmasını ya da çıkmamasını sağlamaktır. Ekonomik birimler teşviklere tepki verirler. O yüzden doğrudan bir davranışı düzenlemek yerine onu etkileyecek teşvikler sunmak daha etkili olacaktır. İnsanlara daha az elektrik kullanın demek yerine, elektriği daha pahalı hale getirecek bir vergi düzenlemesi, insanları daha az elektrik kullanmaya teşvik edecektir. Davranışların fırsat maliyetinin, ya da marjinal yarar ve maliyetlerinin, değişmesi bir teşviktir. Tüm Dünya'da sigara tüketimini azaltmak için hükümetler sigaradan alınan vergileri artırmıştır. Bu ise sigara fiyatının yükselmesine ve insanları da az sigara içmeye teşvik etmiştir. O yüzden teşvikler ekonomik birimlerin davranışlarının düzenlenmesinde son derece önemli role sahiptir.

Öğrenme Çıktısı

2 Ekonomik birimlerin davranışlarının arkasında yatan nedenleri saptayabilme

Araştır 2

Türkiye'de polis tarafından sağlanan güvenlik hizmetleri için hiçbir kimse (yabancılar da dahil) hiçbir bedel ödemez ve Türkiye'nin neresinde olursa olsun 155'i arayarak güvenlik hizmetlerinden yararlanabilir. O zaman polisin sağladığı güvenlik hizmetleri için serbest mal diyebilir miyiz?

İlişkilendir

Karşılığında somut hiçbir şey almadan, sokaktaki dilenciye para vermek ile rasyonel davranış arasındaki ilişkiyi yorumlayınız.

Anlat/Paylaş

Semt pazarları akşam saatlerinde gündüze göre daha kalabalıktır. Fakat sebze meyve fiyatlarının akşam saatlerinde gündüze göre daha ucuz olmasının nedeni anlatınız.

İKTİSADIN TEMEL SORULARI

Kıtlık ve tercih sorunu ile ilgili olarak farklı kaynaklarda farklı sayıda soru ortaya atılsa da iktisat biliminin cevaplandırmasını gereken dört temel soru bulunmaktadır. Bunlar:

1. Ne üretilecek,
2. Ne kadar üretilecek,
3. Nasıl üretilecek,
4. Kim üretecek.

Ne Üretilecek?

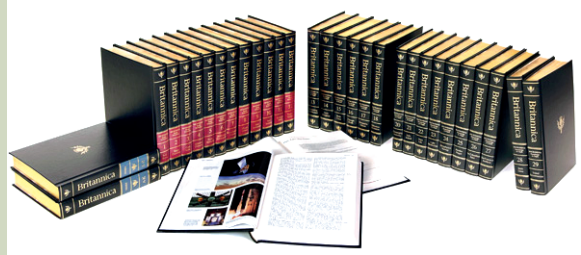
1978’de Sony’nin mühendisi Nobutoshi Kihara’da tarafından icat edilen, 1979’da ticarileştiğinde müzik dinleme alışkanlıklarında devrim etkisi yaratan, insanların hareket halindeyken müzik dinlemesine olanak veren kasetçalar “Walkman” 2000’li yıllarda neden üretilmiyor? Ya da nasıl oluyor da patenti 1873’te alınan meşhur Levi’s marka kotlar hala üretilip tüm dünyada alıcı bulabiliyor? İşte iktisat biliminin cevaplaması gereken sorulardan birincisi “Ne üretilecek?” sorusudur. Bu soruya serbest piyasa ekonomilerinde firma ve tüketiciler ve bunların karşılıklı etkileşimi ile cevap bulunabilmektedir. Serbest piyasa ekonomilerinde ne üretileceğinin kararının verilmesinde en önemli rolü “fiyat”lar üstlenir. Firmalar fiyatı maliyetine göre daha yüksek, dolayısıyla kâr oranı yüksek olan mal ya da hizmetleri üretirken, fiyatı maliyetinden daha düşük olan malları üretmezler. Bazı durumlarda ne üretilecek sorusunun cevabını devlette verebilir. Örneğin Cumhuriyet’in ilk yıllarında özel teşebbüs yeterince gelişmediğinden “ne üretilecek?” sorularının önemli bir kısmının cevabı devlet tarafından verilmiştir.



Yaşamla İlişkilendir

Dünyanın en uzun süredir yayımlanan İngilizce genel kültür ansiklopedisi Britannica bundan sonra basılmayacak.

İlk olarak İskoçya’nın başkenti Edinburgh’da 1768’de basılan Britannica’nın stokları tükenince yenileri piyasaya çıkmayacak. Merkezi ABD’nin Chicago kentinde bulunan yayın şirketi, ansiklopedinin dijital versiyonlarının yayınının devam edeceğini bildirdi. Britannica Ansiklopedisi Şirketi Başkanı Jorge Cauz, 32 ciltlik ansiklopedinin basılmamasının bir süredir düşünüldüğünü, bunun internet ansiklopedisi Vikipedi ya da arama motoru Google’la ilgili bulunmadığını, Britannica’nın dijital versiyonunun çok sayıda kişiye ulaştığını söyledi. Cauz, basılı ansiklopedilere talebin düşmesinde güncellenme konusundaki sorunların da rol oynadığını belirtti. “Bir ansiklopediyi kağıda bastığınız andan itibaren geride kalmaya başlıyor” diyen Cauz, internet üzerinden sağlanan ansiklopedi hizmetinin ise sürekli güncellendiğini kaydetti.



Hürriyet, 15 Mart 2012.

Ne Kadar Üretilecek?

İktisat biliminin cevaplaması gereken ikinci soru olan “bir ekonomide ne kadar mal ya da hizmet üretilceği” sorusu da mevcut ekonomik sisteme göre değişiklik gösterecektir. Serbest piyasa ekonomilerinde, yani ürün fiyatının arz ve talep tarafından belirlendiği ekonomilerde, bir ürünün ne kadar üretilceği fiyatlar tarafından belirlenecektir. Eğer ürün arz miktarı talep miktarından fazla ise, bu ürünün fiyatının düşmesine neden olacak, bu fiyat düşüşü de bir taraftan bazı firmaların üretim miktarını azaltmasına neden olacak, diğer taraftan da düşük fiyat talebin artmasına neden olacak ve piyasada arz ve talebi eşitleyen bir fiyat ortaya çıkacaktır. Fiyatlar devlet müdahalesinin olduğu durumlarda ise, bu fonksiyonunu yerine getiremeyecektir. Örneğin, Türkiye’de yıllarca konut talebinin arzından yüksek olması, hem konut fiyatlarının hem de konut kiralalarının yüksek olmasına neden olmuş, bu ise hem özel konut üretimini teşvik etmiş, hem de devletin bu piyasada aktif olarak yer almasına neden olmuştur.

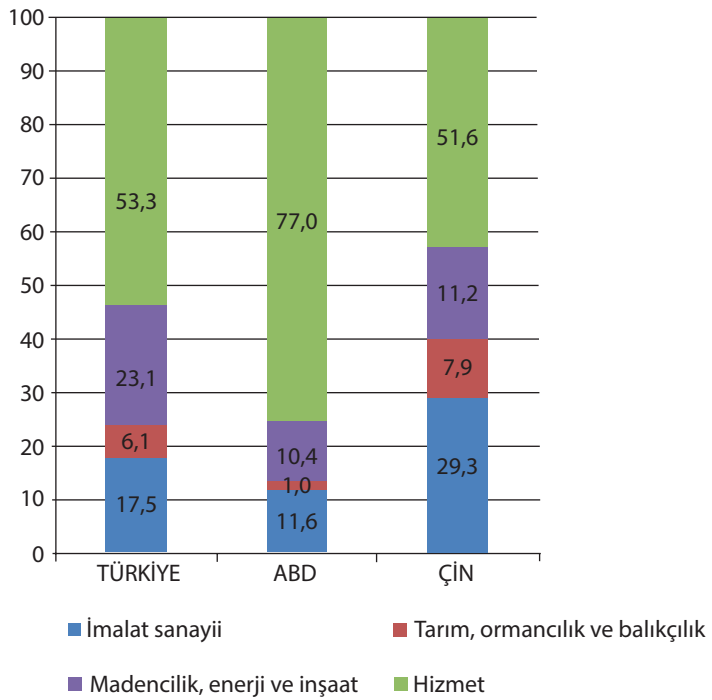
Bir ekonomide hangi mal ve hizmetlerin ne kadar üretilceği zaman içerisinde değişiklikler gösterebilir. Örneğin 1960 yılında Türkiye’de üretilen katma değerın %56’sı tarım sektörü tarafından üretilirken (Dünya Bankası, 2018), 57 yılda bu oran değişmiş ve Türkiye Gayri Safi Milli Hasılası (GSMH) içindeki payı %6,1’e düşmüştür. Genel olarak ekonomiler geliştikçe hizmet sektörünün yaratılan katma değer içerisindeki payı artarken, tarım sektörünün payının düştüğü gözlenmektedir. Bu durum Şekil 1.2’de görülmektedir.

Türkiye, ABD ve Çin’de GSMH’nın bileşenleri, %, 2017.

Yandaki grafikte Türkiye, ABD ve Çin ekonomilerinde üretilen mal ve hizmetlerin 2017 yılındaki dağılımı verilmektedir.

Türkiye’ye göre daha gelişmiş olan ABD’de hizmet sektörünün payı 2017 yılında %77 iken, Türkiye’de üretilen hizmetlerin toplam üretim içerisindeki payı %53,3’tür. Diğer taraftan Türkiye GSMH’nın %6,1’ini tarım, ormancılık ve balıkçılık ürünleri oluştururken, ABD’de bu sektörün toplam üretim içerisindeki payı %1’e kadar düşmüştür. Bu grafik iktisadi gelişme ile birlikte bir ekonomide üretilen hizmetlerin toplam üretim içerisindeki payı artarken, tarım ürünlerinin payının azaldığını göstermektedir.

Kaynak: WDI, Dünya Bankası, 2018.



Şekil 1.2 GSMH’n Bileşenleri, 2017.

Nasıl Üretilecek?

Mal ya da hizmetlerin nasıl üretilceği sorusunun cevabını belirleyen en önemli faktör ekonominin sahip olduğu kaynaklar, diğer bir ifade ile üretim faktörleridir. Bireylerin ihtiyaçlarını karşılayan mal ve hizmetlerin üretimi için gerekli olan kaynaklara üretim faktörleri denir. Temel olarak dört üretim faktörü vardır. Bunlar:

- Emek
- Sermaye
- Toprak
- Girişimciliktir.



dikkat

Her ne kadar son derece önemli olsa da bazı kaynaklarda girişimcilik bir üretim faktörü olarak tanımlanmamaktadır.

Hangi üretim faktörü ekonomide bol ise, o üretim faktörünün fiyatı düşük olacaktır. O yüzden ürünlerin nasıl üretileceğini üretim faktörlerinin miktarı belirleyecektir. Emegün son derece

yoğun olduğu bir ekonomide ürünler daha fazla emek-yoğun teknolojilerle üretilirken, sermayenin bol olduğu ekonomilerde daha çok sermaye yoğun bir üretim biçimi tercih edilecektir.

Kuşkusuz mal ya da hizmetlerin nasıl üretileceğinin en önemli belirleyicilerinden biri de teknoloji düzeyi olacaktır. Nasıl ki 20. yy.'ın başlarında robotlarla otomobil üretimi söz konusu değilken, 21. yy.'da da el yapımı otomobil bulmak zor olacaktır. Dolayısıyla teknolojinin ileri olduğu ekonomilerde daha ileri teknoloji kullanan üretim süreçlerine rastlanırken, teknolojinin daha az geliştiği ekonomilerle daha düşük teknoloji yoğun üretim süreçleri göze çarpacaktır.

Kim Üretecek?

Kim üretecek sorusunun şöyle sormak ta mümkündür: Ne, ne kadar ve nasıl üretilecek sorularının cevabını kim verecek? Bu soruların cevabı uygulanan ekonomik sistem'e göre farklılıklar gösterecektir. Merkezi planlama ekonomilerinde (ya da kumanda ekonomileri) ne, ne kadar ve nasıl üretileceği sorularının cevabını devlet verir. Merkezi planlama ekonomilerine günümüzde sayıca oldukça az olan sosyalist ekonomiler örnek gösterilebilir.

Serbest piyasa ekonomilerinde neyin, ne kadar ve nasıl üretileceğine kendi çıkarlarının maksimizasyonunu amaçlayan bireyler (tüketiciler) ve firmalar (üreticiler) tarafından karar verilir. Piyasa ekonomilerinde, bireyler gelir kısıtları altında faydalarını maksimize eden tüketim tercihlerini yaparken, firmalarda kârlarını maksimize eden üretim kararlarını alıyor olacaklardır.

Günümüzde tam anlamıyla ne kumanda ekonomilerinin ne de serbest piyasa ekonomilerinin varlığından söz edebiliriz. Dünyadaki birçok ekonomide her ne kadar derecesi farklı olsa da, devletin piyasalara çeşitli mekanizmalarla müdahale ettiği karma ekonomik sistem uygulanmaktadır. Ekonomilerin temel amacı hem üretimde hem de tüketimde etkinliği sağlamaktır. Ne serbest piyasa ekonomileri ne de kumanda ekonomileri üretimde ve tüketimde kaynakların etkin dağılımı için yeterli olabilmektedir. Bu tür durumlarda devlet piyasaya müdahalelerde bulunarak kaynakların daha etkin dağılmasını sağlamaktadır. Devletin bu rolünün önemi 2008 yılında patlak veren küresel krizle birlikte daha da öne çıkmıştır.

Aslında yukardaki dört temel sorunun cevabı sistematik ve planlı süreçler sonucunda verilebilir. En azından şu an Dünya'daki ülkelerin birçoğunda uygulanan farklı derecelerdeki serbest piyasa ekonomilerinde durum böyledir. Bu tür ekonomilerde ekonomik birimlerin kendi çıkarlarını maksimize etmek üzere, verdikleri rasyonel kararlar yukarıdaki dört temel sorunun cevabını otomatik olarak verir. Bunu iktisadın bir bilim olmasına önemli katkıları olan, modern iktisadın kurucusu olarak niteleyebileceğimiz 18.yy. iktisatçısı Adam Smith "görünmez el" olarak adlandırmıştır. Smith'e göre bireylerin, firmaların yani ekonomik birimlerin kendi çıkarları peşinde koşması toplumun çıkarları ile doğrudan ilişkilidir ve eğer her birey ya da ekonomik birim kendi çıkarını en çoğa çıkarmaya çabalarsa toplum çıkarı da en çoğa çıkabilir.



Öğrenme Çıktısı

3 İktisadın temel sorularını açıklayabilme

Araştır 3

18.yy. iktisatçısı Adam Smith'e göre bireylerin, firmaların yani ekonomik birimlerin kendi çıkarları peşinde koşması toplumun çıkarları ile doğrudan ilişkilidir ve eğer her birey ya da ekonomik birim kendi çıkarını en çoğa çıkarmaya çabalarsa toplum çıkarı da en çoğa çıkabilir. Bu görüşe katılıyor musunuz? Sizce bu görüş hala geçerli midir?

İlişkilendir

Dünya Bankası'nın "Dünya Gelişme Göstergeleri (World Development Indicators - WDI)" veri tabanından Türkiye ve çeşitli ülkelerin hasıllarına ulaşarak, hasıla bileşenlerini değerlendirin: <http://data.worldbank.org>

Anlat/Paylaş

Serbest piyasa ekonomilerinde ne üretileceğinin kararının verilmesinde "fiyat"ların rolünü anlatınız.

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE FAYDA

Daha öncede belirttiğimiz gibi sonsuz olan insan ihtiyaçları karşısında bu ihtiyaçları giderecek olan kaynakların kıt olması insanları tercih yapmaya zorlar. İnsanlar ne yiyeceklerini, ne giyeceklerini, hangi otomobili alacaklarını, tatile gidip gitmeyeceklerini ve buna benzer birçok problemle ilgili bir karar almak zorundadırlar. Hem alternatiflerin fazla olması hem de her alternatifin kendine özgü bir fırsat maliyetinin olması insanları bir seçim yapmak zorunda bırakır. Peki, insanlar seçimlerini neye göre yaparlar? Çok basit olarak bu soruya şöyle cevap verebiliriz: İnsanlar tercihlerini elde edecekleri faydayı göz önünde bulundurarak yaparlar. Bireylerin mal ve hizmetlerin tüketimi sonucu elde ettikleri tatmin duygusuna fayda diyoruz. Tabii ki bireyler tüketecekleri mal ve hizmetlerle ilgili tercihlerini yaparlarken, o mal ve hizmetin sağlayacağı faydayı göz önünde bulundururlar. Tüketiciler sadece bir mal ya da hizmetten sağlayacakları faydayı göz önünde bulundurarak tüketim kararlarını veremezler. Çünkü hiçbir iktisadi mal ücretsiz değil ve hiçbir tüketicinin geliri sonsuz değildir. O zaman tüketiciler harcama olanaklarını göz önünde bulundurarak kendileri en fazla faydayı sağlayacak olan tüketim bileşimi seçmelidirler.

Toplam ve Marjinal Fayda

Mal ve hizmetlerin tüketimi ile sağlanan faydayı ölçmek mümkün değildir. Fakat konunun anlaşılması bakımından şimdilik faydayı ölçebildiğimizi varsayalım. Bir tane mal tüketen bir tüketicinin bu tüketimden elde ettiği toplam tatmine toplam fayda (U) diyoruz. Bir malın tüketimden elde edilen toplam fayda en azından belli bir tüketim düzeyine kadar artan bir eğilim gösterir. Fakat ilave her birim tüketimin sağladığı ilave fayda için aynı şeyi söyleyemeyiz. Bir malın en son tüketilen biriminden elde edilen ilave faydaya marjinal fayda (MU) denir. Marjinal fayda faydadaki değişimin tüketim miktarındaki değişime oranı olarak formüle edilir. O zaman X malının marjinal faydasını (MU_x) şöyle yazabiliriz:

$$MU_x = \frac{\text{Toplam faydadaki değişim}}{X \text{ tüketimindeki değişim}} = \frac{\Delta U}{\Delta X} \quad (1.1)$$

Marjinal fayda genelde azalan bir seyir izler. Yani bir malın tüketim miktarı arttıkça tüketicinin elde ettiği toplam fayda artarken, marjinal fayda azalır. Buna iktisat biliminde azalan marjinal fayda diyoruz. Örneğin 10 gün için deniz kıyısında tatile giden bir tatilcinin, tatilinin birinci gününde elde ettiği fayda ile beşinci gününde elde ettiği fayda

aynı olmayacaktır. Onuncu günün tatilciye sağladığı fayda birinci günün faydasından çok daha düşük olacaktır. On gün için tatile çıkan tatilcinin toplam ve marjinal faydaları Tablo 1'de verilmektedir. Dikkat edilirse tatilcinin toplam faydası 10. güne kadar bir azalma göstermezken, marjinal faydası ilk günden itibaren azalmaktadır.

Tablo 1.1 Tatilin Toplam ve Marjinal Faydası

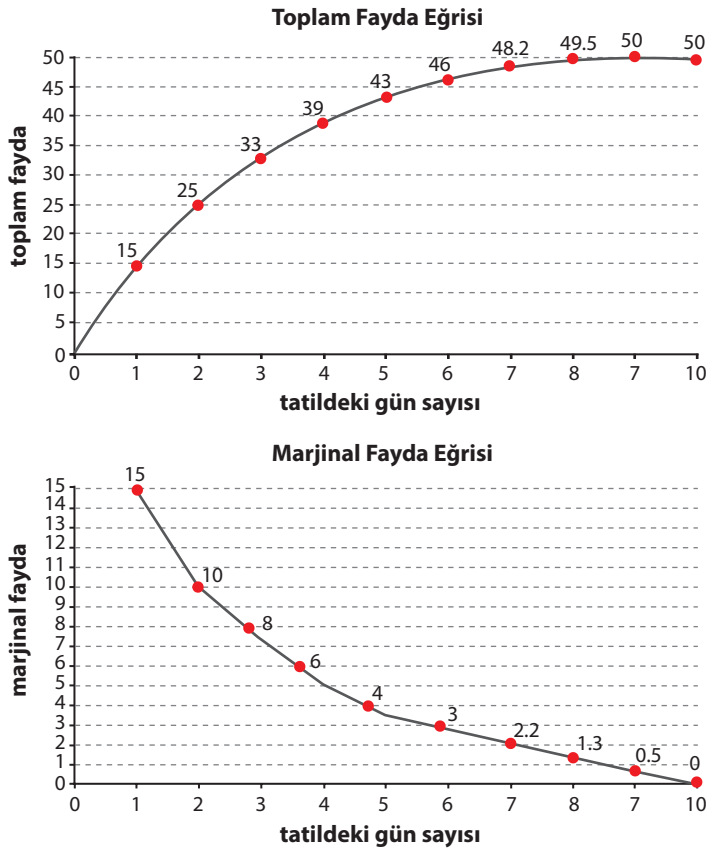
Tatildeki gün sayısı	Toplam fayda	Marjinal Fayda
0	0	---
1	15	15
2	25	10
3	33	8
4	39	6
5	43	4
6	46	3
7	48,2	2,2
8	49,5	1,3
9	50	0,5
10	50	0

Toplam ve Marjinal Fayda

Yandaki iki grafikte 10 gün için tatile çıkan bir tüketicinin toplam ve marjinal faydaları görülmektedir. Dikkat edilirse, tüketicinin toplam faydası 10. güne kadar artarken, marjinal faydası ilk günden itibaren azalmaktadır. Marjinal faydanın tüketimle birlikte azalmasına azalan marjinal fayda diyoruz.

Birinci tatil gününün toplam ve marjinal faydası eşit iken, 10. günde marjinal fayda sıfır ve toplam fayda maksimumdur.

İşte bir mal yada hizmetin tüketimden elde edilen marjinal fayda sıfıra ulaştığında toplam fayda maksimum olur. Dolayısıyla bu tatilcinin faydası tatilin onuncu gününde maksimum olmaktadır.



Şekil 1.3 Toplam ve Marjinal Fayda

✓ Diğer malların tüketim miktarları değişmezken, tüketicinin tükettiği bir maldan elde ettiği toplam fayda artarken, tüketilen malın marjinal faydasının düşmesine “azalan marjinal fayda yasası” denir.

Tüketicinin Fayda Maksimizasyonu

Daha öncede belirttiğimiz gibi iktisadi insan kendi çıkarını maksimize etmeyi amaçlayan insandır. O zaman tüketiciler de kendi çıkarlarını, yani faydalarını, en çoğa çıkarmayı hedefleyecektir. Peki, bunu nasıl yapacaklar? Eğer tüketicinin tükettiği malların fiyatları aynı olsa idi, o zaman bu çok kolay olabilirdi. Çünkü o durumda tüketici faydasını maksimize etmek için tükettiği tüm malların marjinal faydalarını birbirine eşitlemesi yeterli olurdu. Böylece tüketici tükettiği tüm mallardan elde ettiği toplam faydayı maksimize etmiş olurdu. Fakat hepimiz biliyoruz ki hemen hemen her mal ve hizmetin bir fiyatı var ve bu fiyatlar farklı. O zaman tüketicinin faydasını maksimize edebilmesi için yapması gereken şey tükettiği mallara harcadığı son liralara marjinal faydalarını birbirine eşitlemektir. Bunu yaparak tüketici kısıtlı parasal olanaklarını farklı mal ve hizmetler arasında kendisine en yüksek faydayı sağlayacak şekilde dağıtmış olur.

Şimdi X ve Y gibi iki mal tüketen bir tüketici düşünelim. Bu malların fiyatlarını sırasıyla P_x ve P_y ile gösterelim. Böyle iki mal tüketen bir tüketicinin faydasını maksimize edebilmesi için yapması gereken şey X ve Y mallarına harcadığı son liralara marjinal faydalarını birbirine eşitlemektir. Eğer X ve Y mallarının marjinal faydalarını MU_x ve MU_y ile gösterirsek, tüketicinin fayda maksimizasyonu sağlayan denge koşulu aşağıdaki gibi olacaktır.

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} \quad (1.2)$$

Marjinal fayda teorisinin temel denkliği olan yukarıdaki eşitlik, iki tane mal tüketen bir tüketicinin faydasını maksimize edebilmesi için tükettiği mallara harcadığı son liralara marjinal faydalarını eşitlemesi gerektiğini söyler. Buna “eş-marjinal fayda ilkesi” denir.



dikkat

Eş marjinal fayda ilkesi sınırlı parasal olanakları ile faydasını maksimize etmek isteyen bir tüketicinin mallara harcadığı son liralara marjinal faydalarını birbirine eşitlemesidir. Böylece mevcut bütçesi ile kendisine en yüksek faydayı sağlayan tüketim biçimini seçmiş olur.

Eşitlik 1.2’de gösterilen tüketici denge koşulu şöyle yazılabilir:

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y} \quad (1.3)$$

Yukarıdaki eşitlikte eşitliğin sol tarafı X ve Y mallarının marjinal faydalarının birbirine oranı iken, sağ tarafı tüketicinin tükettiği malların fiyatlarının oranıdır. Dikkat edilirse tüketici mal tüketim miktarını değiştirerek eşitliğin sol tarafını değiştirebilir. Fakat eşitliğin sağ tarafı, yani fiyat oranı, tüketicinin kontrolü dışındadır. Çünkü mal fiyatları piyasada belirlenir.

Hepimiz birer tüketici olarak yüzlerce hatta binlerce mal ve hizmet tüketiyoruz. O zaman n tane mal tüketen bir tüketicinin faydasını maksimize eden denge koşulu şöyle yazılabilir:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n} \quad (1.4)$$

Bireysel Talep Eğrisi

Tüketicinin tükettiği mallardan birinin fiyatı değişirse ne olur? Tüketicinin tükettiği malların fiyatlarını etkileyemediğini daha önce belirttik. O zaman tüketici değişen fiyatlar karşısında bozulan dengesini yeniden sağlayabilmek için ancak malların marjinal faydalarını değiştirebilir. Malların marjinal faydaları ise tüketim miktarı değiştirilerek değiştirilebilir.

Varsayalım ki X ve Y gibi iki mal tüketen bir tüketicinin tükettiği Y malının fiyatı değişmezken, X malının fiyatı düşsün. O zaman tüketicinin dengesi bozularak aşağıdaki gibi olacaktır:

$$\frac{MU_x}{P_x} > \frac{MU_y}{P_y} \quad (1.5)$$

Dikkat edilirse yukarıdaki eşitlik (1.5)'te X malı için harcanan son liranın marjinal faydası, Y malına harcanan son liranın marjinal faydasından daha büyüktür. Tüketici, tükettiği malların fiyatını değiştiremediğine göre, yeniden dengeye ulaşabilmesi için tükettiği malların marjinal faydalarını değiştirmesi gerekecektir. Tüketicinin Y malı tüketimini de değiştirmediyse varsayarsak, geriye tüketicinin değiştirebileceği tek şey kalmaktadır. X malının marjinal faydası, X malının tüketim miktarı değişirse o zaman marjinal faydası da değişecektir. Azalan marjinal fayda ilkesi gereği, tüketici eğer X malının tüketim miktarını artırırsa, malın marjinal faydası düşer. Böylelikle tüketici dengesi yeniden kurulabilir.

$$P_x \downarrow \Rightarrow \frac{MU_x}{P_x} > \frac{MU_y}{P_y} : X \uparrow \Rightarrow MU_x \downarrow \Rightarrow \frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$$

X malının fiyatı artarsa bu kez de yeniden dengeyi kurmak için X malı tüketimini azaltmak gerekecektir. Böylece X malının marjinal faydası artacak, bu X malına harcanan son liranın marjinal faydasını artıracak ve yeniden tüketici dengesine ulaşılabilecektir.

$$P_x \uparrow \Rightarrow \frac{MU_x}{P_x} < \frac{MU_y}{P_y} : X \downarrow \Rightarrow MU_x \uparrow \Rightarrow \frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$$

Tüketicinin tükettiği mallardan birinin fiyatının değişmesi sonucu tüketicinin dengesini yeniden kurabilmesini sağlayan süreç, yani malın fiyatı düştüğünde tüketicinin dengesini yeniden kurabilmesi için tüketim miktarını artırması, malın fiyatı arttığında da tüketim miktarını azaltması, talep yasası ile son derece tutarlıdır. Çünkü talep yasası normal bir malın talebinin fiyatı arttığında düştüğünü, malın fiyatı düştüğünde ise talebin artacağını söyler. Bu kuraldan faydalanarak tüketicinin bireysel talep eğrisini elde edebiliriz.

Bir tüketicinin herhangi bir mal ya da hizmet ile ilgili bireysel talep eğrisi farklı fiyat düzeylerinde tüketicinin faydasını maksimum yapan talep miktarlarının geometrik yeridir. Diğer bir ifade ile talep eğrisi, bir tüketicinin herhangi bir malı farklı fiyat düzeylerinde ne kadar satın almak istediğini gösterir. Bireysel talep eğrisi normal mallar için negatif eğimlidir. Yani malın fiyatı ile talep miktarı arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Yani, tüketicinin tükettiği malın fiyatı artarsa talep miktarını azaltır, fiyatı düşerse talep miktarını artırır.

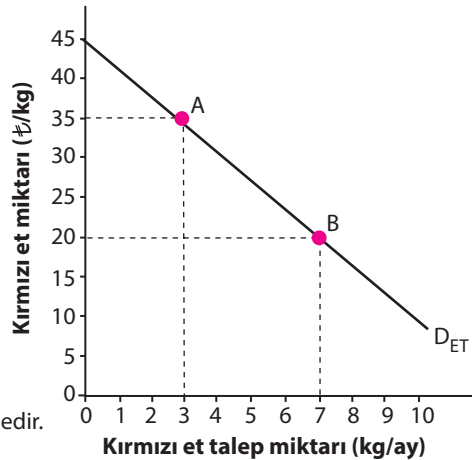
Konunun daha kolay anlaşılması için temsili bir memur ailesinin kırmızı et talebini Şekil 1.4'te inceleyelim.

Talep Eğrisi

Yandaki şekilde temsili bir memur ailesinin aylık kırmızı et talep eğrisini (D_{ET}) görmekteyiz. Bu eğri bu ailenin farklı fiyat düzeylerinde aylık ne kadar et satın alıp tüketmek istediğini göstermektedir.

Dikkat edilirse kırmızı etin kilogram (kg) fiyatı ₺45 olursa bu aile hiç et talep etmemekte, yani tüketmemektedir. Fakat ₺45 nin altındaki fiyatlarda her fiyat düzeyi için farklı olmak üzere çeşitli miktarlarda et talep etmektedir. Örneğin etin kg fiyatı ₺35 olursa aile aylık 3 kg eğer ₺20 olursa ayda 7 kg et talep etmektedir.

Kırmızı et talebi



Şekil 1.4 Bireysel Talep Eğrisi

**dikkat**

Tüketicinin tükettiği mallardan herhangi birisi için bireysel talep eğrisi elde edilirken tükettiği diğer malların fiyatları ve tüketicinin gelirinin değişmediği varsayılır.

Değer Paradoksu

Neden neredeyse hiç bir faydası olmayan, sadece dekoratif amaç için kullanılan elmas son derece hayati öneme sahip olan su'dan çok daha fazla değerlidir? İlk kez Adam Smith'in tartışmaya açtığı Değer paradoksu (elmas-su paradoksu) olarak adlandırılan bu paradoksal durum uzun bir süre iktisatçıların incelemesine konu olmuştur. Ne zamanki marjinal fayda teorisi ortaya çıkmış, o zaman bu paradoksa bir açıklama getirilebilmiştir. Çünkü bir malın değerini ne Adam Smith'in dediği gibi malın kullanım ve değişim (mübadele) değeri arasındaki fark ile, ne de emek-değer kuramının ileri sürdüğü gibi malın üretimde kullanılan emeğin değeri ile, ne de tüketiciye sağladığı toplam fayda açıklayabiliriz.

Bir malın değerini belirleyen asıl şey sağladığı marjinal faydadır. Su tüketimi ile elde ettiğimiz faydanın çok büyük olduğu doğrudur. Fakat bildiğimiz bir başka şey varsa o da tüketim arttıkça toplam fayda artarken, marjinal faydanın azaldığıdır (azalan marjinal fayda ilkesi). O yüzden çok tükettiğimiz hayati öneme sahip suyun marjinal faydası düşükken, çok az tükettiğimiz elmasın toplam faydası düşük olmakla birlikte marjinal faydası yüksektir.

Tüketici dengesinden biliyoruz ki, tüketicinin faydasını maksimize edebilmesi için her mala harcadığı son liralara marjinal faydalarını eşitlemesi gerekiyor. O zaman aşağıdaki tüketici dengesinin kurulabilmesi için, toplam faydası düşük fakat marjinal faydası çok yüksek olan elmasın fiyatının da yüksek olması gerekmektedir.

$$\frac{MU_{SU}}{P_{SU}} = \frac{MU_{ELMAS}}{P_{ELMAS}} \quad (1.6)$$

Böylelikle elmas ve suyun lira başına marjinal faydaları eşitlenmiş olur ki buda elmasın neden sudan çok daha fazla değerli olduğunu bize açıklar.

Öğrenme Çıktısı**4 Tüketici dengesini açıklayabilme****Araştır 4**

Tüketicinin tükettiği tüm malların fiyatları aynı anda %10 artarsa, bu fiyat değişikliğinden tüketici dengesi nasıl etkilendir?

İlişkilendir

Tüketicinin faydasını maksimize edebilmesi için yapması gereken şey tükettiği mallara harcadığı son liralara marjinal faydalarını birbirine eşitlemektir. Bu durumda günlük hayatta bütçeniz ile yaptığınız harcamalar ve elde ettiğiniz fayda arasındaki ilişkiyi inceleyiniz.

Anlat/Paylaş

Normal bir malın talebinin fiyatı artığında düştüğünü, malın fiyatı düştüğünde ise talebin artacağını belirten talep yasası'nı anlatınız.

GRAFİKLERİ ANLAMAK

"Sayılar yalan söylemez!". Evet belki ekonomik modeller yanlış sonuçlar üretebilir, ya da doğru bildiğimiz teorilerin bir gün doğru olmadığı ispat edilebilir. Fakat sayılar yalan söylemez. Ekonomik veriler çoğu zaman mevcut durum ile ilgili birçok bilgiyi bize veren en önemli kaynaklardır. O yüzden iktisatçılar ekonomik

değişkenlerle ilgili verileri hem mevcut durumun analizi için, hem de çeşitli ekonomik modeller kullanarak iktisadi değişkenler arasındaki ilişkiler ile ilgili akıl yürütüp, ekonomi politikaları üretebilmek için kullanırlar.

Fakat doğrudan sayıları incelemek çoğu zaman beraberinde sorunları da getirir. O yüzden iktisatçılar doğrudan sayılar yerine bu sayıları kullanarak oluşturdukları grafikleri kullanırlar. İki ya da daha fazla iktisadi değişken arasındaki ilişkiyi ve/veya zaman içerisindeki değişimini görmenin ve yorumlamanın en kolay yoludur. Grafikler çoğu zaman iki boyutlu olmakla birlikte, ikiden fazla boyutlu grafiklerde görmek mümkündür.

Özellikle bilgisayar yazılımlarının gelişmesi ile birlikte çok farklı grafik türleri üretmek mümkün olmakla birlikte, biz burada sıkça karşınıza çıkacak olan dört farklı grafik türünden bahsedeceğiz. Bunlar:

- Zaman serisi grafiği
- Kesit veri grafiği
- Serpme diyagramı
- Pasta grafiği

Şimdi bu grafik türlerine kısaca bir göz atalım.

Zaman Serisi Grafiği

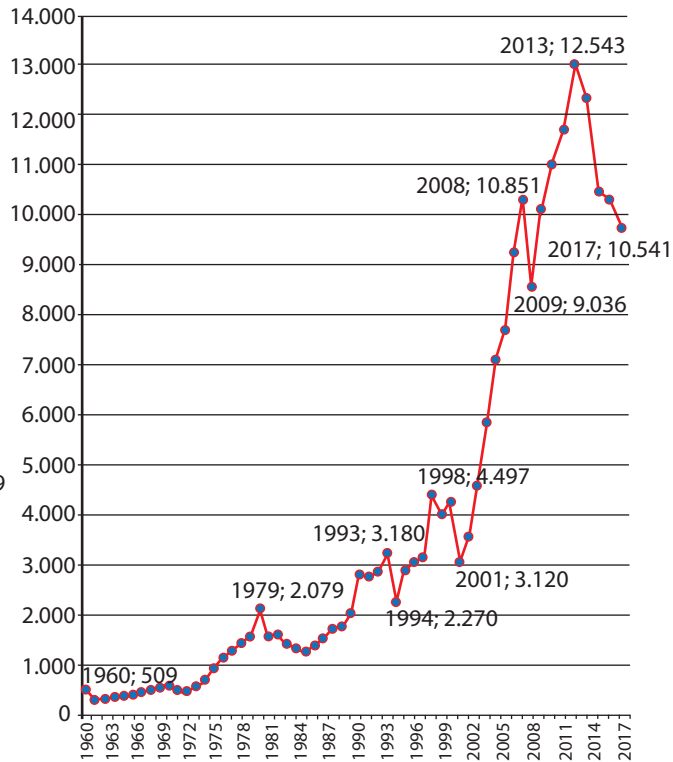
İktisatçıların çoğu zaman ilk görmek istedikleri şey herhangi bir iktisadi değişkenin zaman içerisinde nasıl bir evrim gösterdiği. Bir değişkenin farklı zamanlardaki değerlerini içeren veriye “zaman serisi” diyoruz. Mesela Türkiye’nin 1960-2017 yılları arasındaki kişi başına düşen GSMH değerleri bir zaman serisidir. Bu tür bir veri kullanılarak çizilen grafikte “zaman serisi grafiği” olarak adlandırılır. Böyle bir serinin grafiğini çizmek için yapılması gereken iki eksenli bir düzlemde, zamanı bir eksene ve değişkenin değerlerini diğer eksene yerleştirmektir. Böyle bir zaman serisi grafiği Şekil 1.5’de görülmektedir. Bir zaman serisi grafiğinden birden fazla değişkene yer vermek mümkündür. Örneğin Şekil 1.5’deki Türkiye’nin 1960-2017 yılları arası kişi başına düşen GSMH değerleri yanında, Türkiye’nin aynı dönemdeki ihracat, dış borçlar vb. değişkenleri da koyabiliriz.

Kişi Başına Düşen GSMH, Türkiye, 1960-2017, ABD Doları

Yandaki grafikte Türkiye’nin kişi başına düşen GSMH’ı bir zaman serisi grafiği olarak verilmektedir.

Grafikten, bazı yıllar düşüş olsa da Türkiye’nin kişi başına düşen GSMH’nın son elli yedi yılda önemli derecede arttığını, 1960 yılında 509 ABD doları olan kişi başına düşen GSMH’nın 2017 yılına gelindiğinde 10 bin ABD dolarını geçtiği görülmektedir.

Kaynak: WDI, Dünya Bankası, 2018



Şekil 1.5 Zaman Serisi Grafiği

Kesit Veri Grafiği

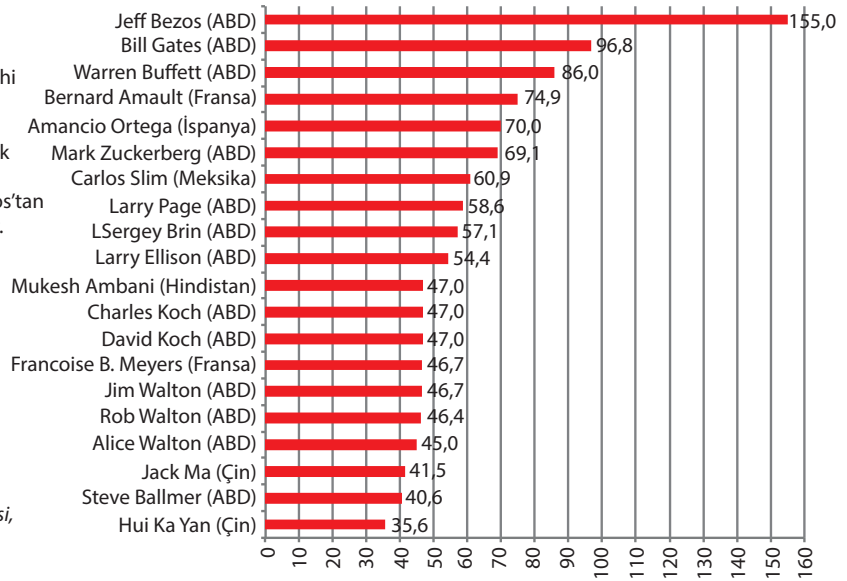
İktisatta sıkça kullanılan bir diğer grafik türü “kesit veri grafiği” dir. Kesit veri grafiği belirli bir zamandaki bir değişkenin farklı kategorilerinin grafiğidir. Örneğin Avrupa Birliği (AB) üyesi 27 ülkenin 2018 yılı GSMH değerleri veya 2018 yılı Dünya’nın en zengin 20 insanının servetleri bir kesit veridir ve bu verilerle oluşturulacak grafik “kesit veri grafiği” olacaktır. Şekil 1.6’te verilen 15 Ağustos 2018 itibarı ile Dünya’nın en zengin 20 kişinin servetlerinin toplam tutarı bir kesit veri grafiği örneğidir.

Dünyanın en zenginleri, 15 Ağustos 2018, milyar ABD doları.

Yandaki grafikte 15 Ağustos 2018 tarihi itibarı ile Dünyanın en zengin yirmi kişisi verilmektedir. Veri günlük verilmektedir. Zira bu servetler günlük değişmektedir. Örneğin Amazon’un sahibi Jeff Bezos’un serveti 14 Ağustos’tan 15 Ağustos’a 3 milyar dolar azalmıştır. Grafiğe göre Dünya’nın en zengin adamı 155 milyar dolar serveti ile Amerikalı Jeff Bezos’dur. Dünyanın ikinci en zengin adamı ise herkesin tanıdığı Microsoft’un patronu William Henry Gates III (Bill Gates)’tir. Dünyanın ilk 20 zengini arasında 13 ABD vatandaşı, 2 Çin, 2 Fransa, 1 Meksika, 1 İspanya ve 1 Hindistan vatandaşı bulunmaktadır.

Kaynak: Bloomberg Milyarderler İndeksi, 2018

<https://bloomberg.com/billionaires>



Şekil 1.6 Kesit Veri Grafiği

Serpme Diyagramı

İki değişkenin değerlerini Kartezyen koordinat düzlemi kullanarak birlikte göstermek mümkündür. Bu tür grafiğe “serpme diyagramı” denir. Serpme diyagramı iki değişken arasındaki ilişkiler açısından önemli bilgiler verir. Serpme diyagramları her ne kadar değişkenler arasındaki ilişkiler hakkında bilgi verseler de, değişkenler arasındaki nedenselliklerle ilgili bilgi vermezler. Değişkenler arasındaki nedensellikler için daha ileri analizler yapmak gerekecektir. Örneğin ülkelerin İnsani Gelişme sıralaması ile ortalama eğitim süreleri en etkin şekilde bir serpme diyagramında gösterilebilir. Serpme diyagramı örneği Şekil. 1.7’de gösterilmektedir.

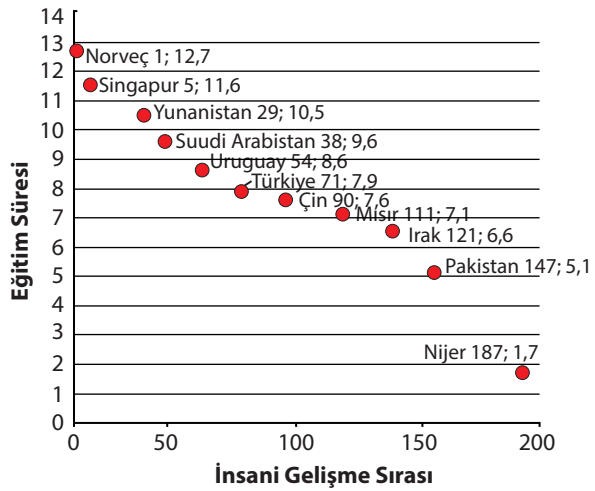


Ülkelerin insani gelişme düzeyleri her yıl Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından “İnsani Gelişme Raporu” ile açıklanmaktadır. Aynı zamanda Türkçe olarak da yayınlanan bu rapora <http://hdr.undp.org/en/> adresinden ulaşılabilir.

Eğitim - İnsani Gelişme İlişkisi, 2016

Yandaki serpmeye diyagramında çeşitli ülkelerin 2016 yılı insani gelişme sıralaması ve ortalama eğitim süresi verilmektedir. 2016 yılında insani gelişme açısından Dünya'nın bir numaralı ülkesi olan Norveç'te ortalama eğitim süresi 12,7 yıldır. İnsani gelişme açısından 71. sırada yer alan Türkiye'de ise ortalama eğitim süresi 7,9 yıldır. İnsani gelişme listesinde 187. sırada olan Nijer'de ise ortalama bir Nijer'inin toplam 1,7 yıl eğitim gördüğü anlaşılmaktadır. Ortalama eğitim süresi daha uzun olan ülkelerde, insani gelişme açısından daha ilerde iken, insani gelişme açısından daha kısa olduğu dikkati çekmektedir. Bu Bilgiler eğitim ile insani gelişme arasındaki ilişkiyi açıkça ortaya koymaktadır.

Kaynak: İnsani Gelişme Raporu, Birleşmiş Milletler, 2018



Şekil 1.7 Serpmeye Diyagramı

Pasta Grafiği

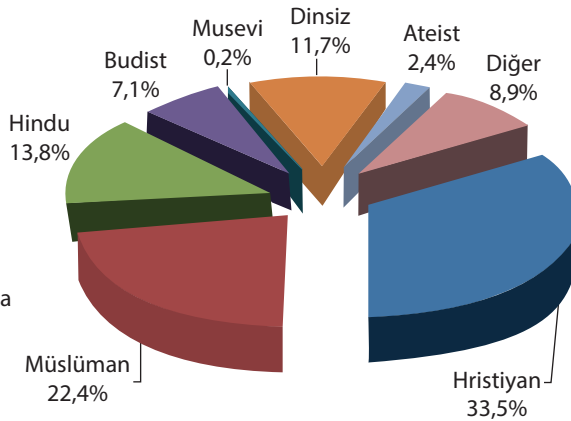
Kitaplarda, dergilerde hatta televizyon programlarında sıkça gördüğümüz bir diğer grafik türü "pasta grafiği"dir. Bir bütünün paylarını göstermenin en etkin yolu pasta grafiği kullanmaktır. Toplam nüfusun farklı yaş gruplarına dağılımı, ekonomi içerisindeki farklı sektörlerin toplam içerisindeki payları, ihracatın sektörlerarası dağılımı, partilerin oy dağılımı, gelir dağılımı vb. birçok konu pasta grafiği ile gösterilebilir. Bir pasta grafiği örneği Şekil 1.8'de sunulmaktadır.



Dünya ve ülkelerle ilgili ekonomik, sosyal ve siyasal çok kısa bilgilere Merkezi Haberalma Örgütü (Central Intelligence Agency – CIA)'nın "The World Factbook" veri tabanından ulaşılabilir: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>

Küresel İnanç Dağılımı, 2009

Yandaki pasta grafiğinde Dünyadaki inançların dağılımını görmekteyiz. Bu grafikteki oranların toplamı 100'dür. Grafiğe göre, Dünya nüfusunun %33,5'i Hristiyan ve %22,4'ü ise Müslüman'dır. Grafikten üçüncü en büyük dinin %13,8 ile Hindu olduğu anlaşılmaktadır. Dünya nüfusu içerisinde Musevi'lerin payı ise %0,2'dir. Yine grafiğe göre bir yaratıcıya inanmakla birlikte herhangi bir dini kabul etmeyenlerin toplam Dünya nüfusu içerisindeki payı %11,7 iken, tüm metafizik inançları reddeden Ateistlerin payı ise %2,4'tür.



Kaynak: The World Factbook, CIA, 2012

Şekil 1.8 Pasta Grafiği

Bir Ekonomik Model Olarak Grafikler

Grafikler aslında sadece ekonomik ve sosyal durumun resmini yansıtmazlar. Grafikler aynı zamana basit birer ekonomik model olarak algılanabilirler. Zira grafikler, değişkenler arasındaki ilişkileri yansıtır. Örneğin Şekil 1.5'deki Türkiye'nin 1960-2010 yılları kişi başına düşen GSMH grafiği aslında kişi başına düşen GSMH ile zaman arasındaki ilişkiyi gösteren basit bir modeldir. Bu modeli matematiksel olarak göstermek istersek, y kişi başına düşen GSMH'yı ve t zamanı temsil etmek üzere, şöyle yazılabilir:

$$y = f(t) \quad (1.7)$$

Yine benzer şekilde Şekil 1.7'teki insani gelişme (HD) ile eğitim (E) arasındaki ilişki bir matematiksel model şöyle yazabiliriz:

$$HD = f(E) \quad (1.8)$$

ya da

$$E = f(HD) \quad (1.9)$$

Dikkat edilirse insani gelişme ve eğitim arasındaki ilişkiyi gösteren modeli iki farklı şekilde yazdık. Model (1.8) de insani gelişme (HD) eğitim (E) tarafından belirlenirken, yani HD bağımlı değişken ve E bağımsız değişken iken, ikinci modelde tam tersidir. Bunun nedeni bu iki değişken arasındaki nedenselliği bilmiyor olmamızdır. Yani hangi değişkenin hangi değişkeni etkilediğini tam olarak bilmiyor olmamız nedeniyledir. İşte grafikler her ne kadar değişkenler arasındaki ilişkiyi (korelasyon) gösterse de, nedenselliği göstermez.

İktisadi olayları modellerken yapılması gereken en önemli şeylerden bir tanesi iktisadi değişkenler arasındaki ilişki ile nedenselliği birbirinden ayırbilmektir. Eğer bir ekonomik değişkende meydana gelen değişim bir başka iktisadi değişkeni etkiliyorsa buna nedensellik denir. Örneğin bir ürünün fiyatı artarsa diğer faktörler sabitken (*ceteris paribus*) o ürünün talebi azalır. O zaman ürün talebi ile ürün fiyatı arasında bir nedensellik vardır diyebiliriz. Eğer değişkenler arasında nedensellik yok fakat ilişki (korelasyon) varsa böyle bir sonuç ortaya çıkmayabilir. Örneğin Türkiye'nin balık üretimi ile ekonomik büyümesi arasında bir ilişki olabilir. Fakat bu ilişkide bir nedensellik olmak zorunda

değildir. Fakat balıkçıların eğitim düzeyi ile tutulan balık miktarı arasında pozitif bir ilişki (ikisinin birlikte artması) nedensellik olabilir. Zira eğitilmiş balıkçılar daha bilinçli avlanacaklarından, bu uzun dönem balık arzını artırabilir.



dikkat

“Ceteris paribus” Latince kökenli, “diğer faktörler (değişkenler) sabitken” anlamına gelen ve iktisatta sıkça kullanılan bir kalıptır. Çünkü iktisatta bir değişkendeki değişim etkilerini görebilmek için ilişkili diğer faktörleri sabit tutmak gerekmektedir. Örneğin “tüketici kredi faizleri düştü, o yüzden otomobil satışları arttı” diyebilmemiz için aynı dönemde tüketici geliri, otomobil fiyatı, vergiler gibi otomobil talebini belirleyen diğer faktörlerin değişmemiş olması gerekir.

Eğim

İki değişken arasındaki marjinal ilişkiyi gösteren eğim iktisatçı için çok önemlidir. Eğim bağımsız değişkendeki bir değişimin bağımlı değişkene etkisini gösterir ve şöyle hesaplanır:

$$y = f(x) \text{ ise,}$$

$$\text{eğim} = \frac{\text{bağımlı değişkendeki değişim}}{\text{bağımsız değişkendeki değişim}}$$

$$\text{eğim} = \frac{y' \text{ deki değişim}}{x' \text{ deki değişim}}$$

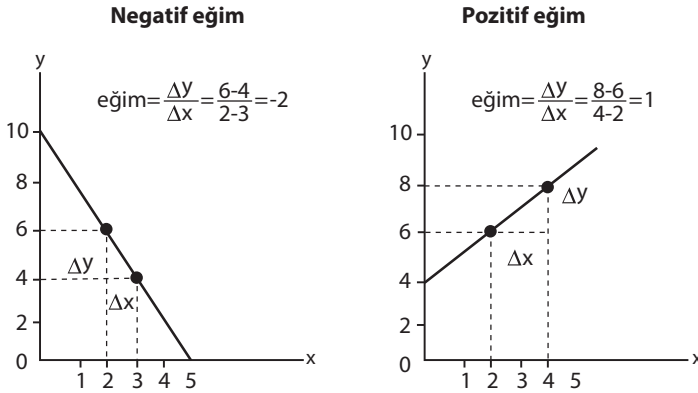
$$\text{eğim} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \quad (1.10)$$

Yukarıdaki eşitlikte değişimi temsil etmektedir. İki değişken arasındaki ilişkiyi gösteren bir ekonomik modelde, eğimin işareti değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü gösterirken, eğimin büyüklüğü ilişkinin şiddetini gösterir. Dolayısıyla eğer hesaplanan eğim katsayısı negatif ise, değişkenler arasında ters yönlü (negatif) bir ilişki, pozitif ise değişkenler arasında doğru yönlü (pozitif) bir ilişki olduğunu gösterir. Yani:

eğim > 0 ise **pozitif ilişki**, değişkenler aynı yönde değişiyor,

eğim < 0 ise **negatif ilişki**, değişkenler ters yönde değişiyor demektir.

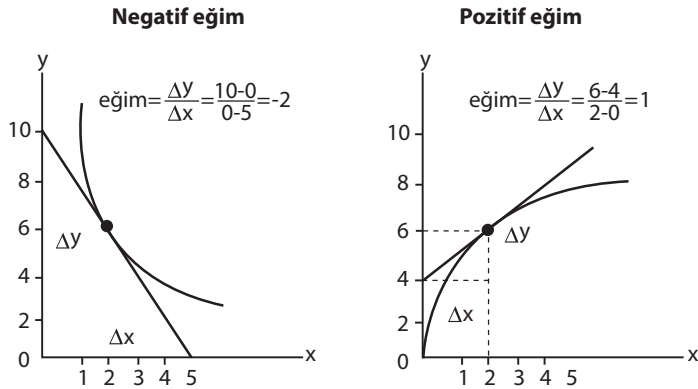
Pozitif ve negatif eğimli doğru ve eğrilerin eğimlerinin nasıl hesaplandığı Şekil 1.9 ve Şekil 1.10'de gösterilmektedir. Söz konusu eğim olduğunda, eğri ile doğru arasındaki temel fark bir doğrunun eğimi doğrunun herhangi bir noktasında değişmezken, yani eğim doğru boyunca sabit iken, eğrinin eğimi için aynı şeyi söyleyemiyor olmamızdır. Zira eğri üzerindeki her noktada eğim farklı olacaktır.



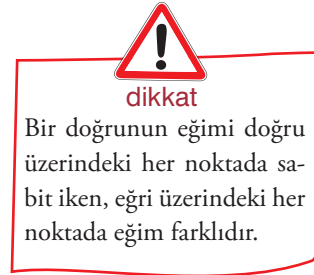
Şekil 1.9 Doğrunun Eğimi

Bir Eğri ya da Doğrunun Eğiminin Hesaplanması

Bir doğrunun eğimi hesaplanırken doğrunun hangi noktasında eğim hesaplandığının bir önemi yoktur. Zira doğru üzerindeki tüm noktalarda eğim aynı olacaktır. Fakat bir eğri için eğim hesaplanırken aynı şeyi söyleyemeyiz. Çünkü eğri üzerindeki her farklı noktada eğim de farklı olacaktır. Eğri üzerindeki herhangi bir noktada hesaplanan eğim, aslında o noktaya tanjant olan doğrunun eğimidir. Farklı şekillerde eğri ve doğruların eğim hesaplamaları Şekil 1.9 ve 1.10'de gösterilmektedir.



Şekil 1.10 Eğrinin Eğimi

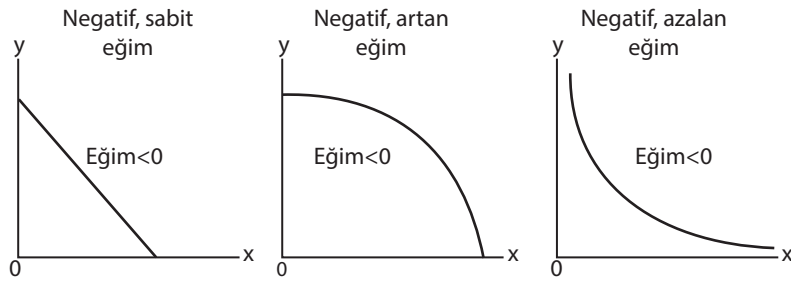


Değişkenler Arasında Pozitif ve Negatif İlişkiler ve Eğim

Değişkenler arasındaki ilişkiyi resmeden eğri yada doğruların şekilleri, bu değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve büyüklüğü belirleyen eğim katsayısı tarafından belirlenecektir. Eğer değişkenler arasındaki ilişkinin yönü ve büyüklüğü değişmiyorsa, yani eğim sabitse, bu ilişki bir doğru ile gösterilirken, eğer ilişkinin yönü ve büyüklüğü değişiyorsa o zaman bir eğri ile karşı karşıya kalacağız. Eğer değişkenler arasında pozitif bir ilişki var ise, eğim sıfırdan büyük, fakat negatif bir ilişki var ise eğim sıfırdan küçük olacaktır. Değişkenler arasındaki pozitif ve negatif farklı ilişki türleri, dolayısıyla şekil olarak farklı eğri ve doğrular Şekil 1.11 ve 1.12'da görülebilir.



Şekil 1.11 Pozitif ilişkiler



Şekil 1.12 Negatif ilişkiler

Bir Fonksiyonun Maksimum veya Minimum Noktası ve Eğim

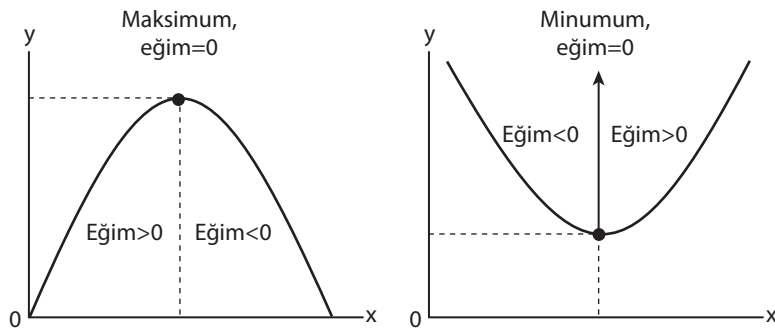
Ekonomik birimler çoğu zaman amaçlarını optimize etmeye çalışırlar. Bu aslında amacı maksimize ya da minimize etmekten başka bir şey değildir. Tüketiciler faydasını maksimize etmeyi, firmalar maliyetlerini minimize etmeyi ya da karlarını maksimize etmeyi amaçlarlar. O yüzden bir fonksiyonun minimum ya da maksimum değeri iktisadi analizde çok önemlidir.

Bir fonksiyon minimum ya da maksimuma ulaştığında eğimi sıfıra eşit olur. Bu noktanın öncesinde ve sonrasında eğim farklı olabilir. Fonksiyonun minimum veya maksimum noktaları Şekil 1.13'da gösterilmektedir.



dikkat

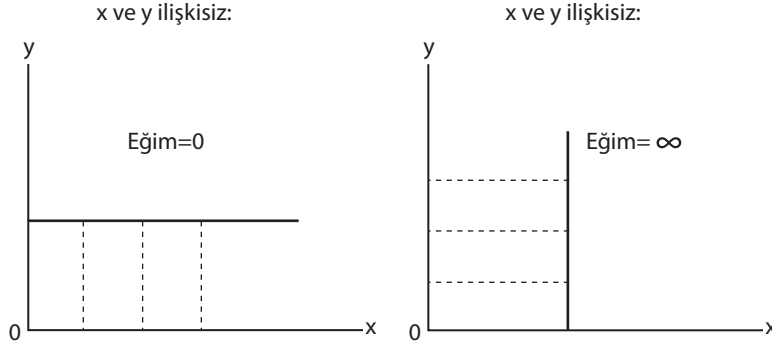
Fonksiyonun eğiminin sıfır olduğu noktada fonksiyonun minimumda mı yoksa maksimumda mı olduğunu anlamak için daha ileri düzey analizler yapmak gerekmektedir.



Şekil 1.13 Maksimum ve Minimum Noktalar

İlişkisiz Değişkenler

İki değişken arasında bir ilişki yok ise, yani değişkenler birbirinden bağımsız ise, o zaman değişkenlerden birinde bir değişim olsa bile diğeri sabit kalacaktır. Türkiye'ye gelen göçmen kuşlarla Türkiye'nin enflasyon oranı arasında bir ilişki olmasa gerek. Böyle iki ilişkisiz değişkenin grafiği Şekil 1.14'deki gibi olacaktır.



Şekil 1.14 İlişkisiz Değişkenler

Öğrenme Çıktısı

5 İktisatta kullanılan grafikleri tasvir edebilme

Araştır 5

Grafikler basit bir ekonomik model olarak algılanabilirken, değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü gösterebilir mi?

İlişkilendir

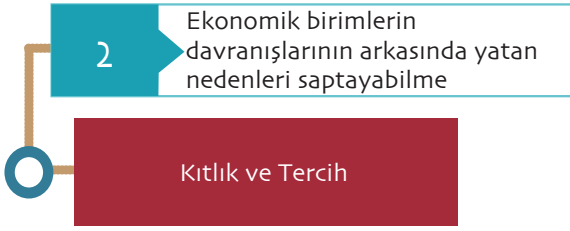
Bilgisayar yazılımlarının gelişmesi ile birlikte çok farklı grafik türleri üretmek arasındaki ilişkiyi değerlendiriniz.

Anlat/Paylaş

İktisadi bir analiz yaparken, grafik yorumlayabilmenin önemini anlatınız.



İktisadi bireylerin, firmaların, kurumların ve devletin karar verme süreçlerini ve bu kararların sonuçlarını inceleyen sosyal bir bilim dalı olarak tanımlayabiliriz. İktisat bir sosyal bilim olarak hepimizin gündelik davranışlarını ve günlük yaşamımızda karşılaştığımız durum ve sorunların inceleyen ve açıklayan bir bilim dalıdır.



Sonsuz olan ihtiyaçlar karşısında kaynakların kıt olması bir tercih (seçim) yapma zorunluğu doğurur. İktisat bilimi hem bu seçimin nasıl yapılacağı hem de bu seçimin sonuçları ile ilgilenir. İktisat biliminde insanların karar alırken rasyonel davrandıklarını varsayırız. İktisatta amaçlarına ulaşmak üzere sistematik ve bilinçli olarak mevcut alternatifler arasında yapabileceğinin en iyisini yapmayı rasyonel davranış olarak tanımlayabiliriz. Tercih bir şeyi elde etmemizi sağlarken başka bir şeyden vazgeçmeyi zorunlu kılar. Buna “ödünleşme (trade-off)” diyoruz. Herhangi bir şeyi elde etmek için vazgeçtiğimiz en değerli alternatif, o tercihin fırsat maliyetidir. Tıpkı bireyler gibi ekonomiler de çoğu zaman bir tercih yapmak zorunda kalırlar. Ekonomilerin tercihlerini, dolayısıyla kararlarının fırsat maliyetini, üretim imkanları sınırı (eğrisi) ile gösterebiliyoruz. Bir kararın ya da eylemin doğrudan parasal maliyeti ya da fırsat maliyeti o kararı almak için yeterli değildir. İktisatçıların daha çok üzerinde durduğu bir eylemin doğurduğu ilave maliyet ile ilave yarardır. Bir şeyi yapmanın yarattığı ilave maliyete marjinal maliyet, o eylemden elde edilen ilave yarara ise marjinal fayda denir. Kıt kaynakları en etkin şekilde kullanımın yolu bir kararın marjinal fayda ve maliyetini gözönünde bulundurmadır. Bu şekilde alınan kararlar optimal (en iyi) karar olarak adlandırılabilir. Eğer bir eylemin, bir kararın fırsat maliyeti artarsa ekonomik birimler bu eylemi başka bir eylem ile ikame edebilir. Bir davranışın fırsat maliyetinin değişmesi sonucu başka bir davranış ile ikame edilmesinin nedeni ortaya çıkan teşviktir. Teşvik bir davranışın ortaya çıkmasını özendirir.

3

İktisadın temel sorularını
açıklayabilme

İktisadın Temel Soruları

Kıtlık ve tercih sorununun bir sonucu olarak iktisat biliminin cevaplandırmasını gereken dört temel soru bulunmaktadır. Bunlar “ne, ne kadar, nasıl üretilecek ve kim üretecek” sorularıdır. İktisat mikro ve makro iktisat olmak üzere iki ana bilim dalına ayrılır. Mikro iktisat bireylerin yani tüketicilerin ve firmaların davranışlarını ve bu iki grubun karşılıklı etkileşimini incelerken, makro iktisat enflasyon, işsizlik, dış ticaret, uluslararası sermaye hareketleri gibi ulusal yada küresel iktisadi olay ve değişkenleri inceler. Piyasa, bir iktisadi malın alıcı ve satıcılarının bir araya geldiği yer olarak tanımlanabilir. Mal ve hizmetlerin alınıp satıldığı piyasalara mal piyasaları, emek ve sermaye gibi üretim faktörlerinin alınıp satıldığı piyasalar ise faktör piyasaları olarak tanımlanır.

4

Tüketici dengesini açıklayabilme

Tüketici Davranışları ve Fayda

Bireylerin mal ve hizmetlerin tüketimi sonucu elde ettikleri tatmin duygusuna fayda diyoruz. Bir malın en son tüketilen biriminden elde edilen ilave faydaya ise marjinal fayda (MU) denir. Marjinal fayda, faydadaki değişimin tüketim miktarındaki değişime oranıdır. Bir malın tüketim miktarı artıkça tüketicinin elde ettiği toplam fayda artarken, marjinal fayda azalır. Buna iktisat biliminde azalan marjinal fayda diyoruz. Tüketicinin faydasını maksimize edebilmesi için yapması gereken şey tükettiği mallara harcadığı son liralara marjinal faydalarını birbirine eşitlemektir. Buna “eş-marjinal fayda ilkesi” denir. Bir tüketicinin herhangi bir mal ya da hizmet ile ilgili bireysel talep eğrisi bu tüketicinin sözkonusu malı farklı fiyat düzeylerinde ne kadar satın almak istediğini gösterir. Bireysel talep eğrisi normal mallar için negatif eğimlidir. Yani malın fiyatı ile talep miktarı arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Bir malın değerini belirleyen asıl şey sağladığı marjinal faydadır. O yüzden elmas, sudan daha değerlidir.

5

İktisatta kullanılan grafikleri
tasvir edebilme

Grafikleri Anlamak

İki değişken arasındaki marjinal ilişkiyi gösteren eğim bağımsız değişkenden bir değişimin bağımlı değişkene etkisi gösterir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi resmeden eğri ya da doğruların şekilleri bu değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve büyüklüğü belirleyen eğim katsayısı tarafından belirlenecektir. Bir fonksiyon minimum ya da maksimuma ulaştığında eğimi sifıra eşit olur.

1 İktisadi birimlerin karar verme sürecinde ilave fayda ve maliyet karşılaştırılması yapmasına ne ad verilir?

- A. Marjinal fayda
- B. Marjinal maliyet
- C. Marjinal analiz
- D. Rasyonel Davranış
- E. Parasal maliyet

2 Aşağıdakilerden hangisi iktisat biliminin temel soruları arasında **yer almaz**?

- A. Ne üretilecek
- B. Ne kadar üretilecek
- C. Nasıl üretilecek
- D. Kim üretecek
- E. Ne zaman üretilecek

3 Aşağıdaki seçeneklerden hangisinde tüketicinin fayda maksimizasyonu sağlayan denge koşulu doğru biçimde verilmiştir?

- A. $\frac{MU_x}{P_x} < \frac{MU_y}{P_y}$
- B. $\frac{MU_x}{P_x} > \frac{MU_y}{P_y}$
- C. $\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$
- D. $\frac{MU_x}{P_x} = MU_y$
- E. $MU_x = \frac{MU_y}{P_y}$

4 Bir fonksiyonun belirli bir noktada eğimi sıfır ise fonksiyonun bu noktadaki değeri için aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- A. Maksimum
- B. Minumum
- C. Minumum yada maksimum
- D. Sıfır
- E. Negatif

5 Bir iktisadi değişkeninin farklı zamanlardaki değerlerini içeren veriye ne ad verilir?

- A. Zaman Serisi
- B. Kesit Veri
- C. Serpme Diyagramı
- D. Yatay Veri
- E. Dikey Veri

6 Ekonomilerin tercihlerini, dolayısıyla kararlarının fırsat maliyetini göstermekte kullanılan eğri aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Üretim imkanları sınırı eğrisi
- B. Talep Eğrisi
- C. Toplam fayda eğrisi
- D. Marjinal fayda eğrisi
- E. Arz eğrisi

7 Serbest piyasa ekonomisinin mekanizmasını "Görünmez El" prensibi ile ifade eden iktisatçı aşağıdaki seçeneklerden hangisinde verilmiştir?

- A. John Maynard Keynes
- B. Adam Smith
- C. Alfred Marshall
- D. Karl Marx
- E. Leon Walras

8 Tüketicinin tükettiği mallardan birinin fiyatı düştüğünde tüketici dengesi bozulmaktadır. Tüketicinin faydasını maksimize eden dengeye tekrar ulaşabilmesi için, diğer faktörler sabitken, aşağıdakilerden hangisini yapması gerekir?

- A. Fiyatı düşen malın tüketim miktarını artırmalı
- B. Fiyatı düşen malın tüketim miktarını azaltmalı
- C. İkame malın tüketim miktarını artırmalı
- D. Tamamlayıcı malın tüketim miktarını azaltmalı
- E. Gelirini artırmalı

9 Bir malın fiyatı sabitken tüketim miktarı arttığında malın tüketiciye sağladığı marjinal fayda;

- A. Artar
- B. Azalır
- C. Değişmez
- D. Önce artar sonra azalır
- E. Önce azalır sonra artar

10 Talep yasası gereği normal bir malın bireysel talep eğrisinin eğimi aşağıdakilerden hangisinde doğru verilmiştir?

- A. Pozitifdir
- B. Sıfırdır
- C. Sonsuzdur
- D. Negatifdir
- E. Önce pozitif sonra negatiftir

1. C

Yanıtınız yanlış ise “Marjinal Maliyet - Marjinal Fayda” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

2. E

Yanıtınız yanlış ise “İktisadın Temel Soruları” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

3. C

Yanıtınız yanlış ise “Tüketicinin Fayda Maksimizasyonu” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

4. C

Yanıtınız yanlış ise “Bir Fonksiyonun Maksimum veya Minimum Noktası ve Eğim” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

5. A

Yanıtınız yanlış ise “Grafikleri Anlamak” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

6. A

Yanıtınız yanlış ise “Üretim İmkanları Sınırı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

7. B

Yanıtınız yanlış ise “İktisadın Temel Soruları” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

8. A

Yanıtınız yanlış ise “Bireysel Talep Eğrisi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

9. B

Yanıtınız yanlış ise “Toplam ve Marjinal Fayda” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

10. D

Yanıtınız yanlış ise “Bireysel Talep Eğrisi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

1

Araştır Yanıt Anahtarı

Araştır 1

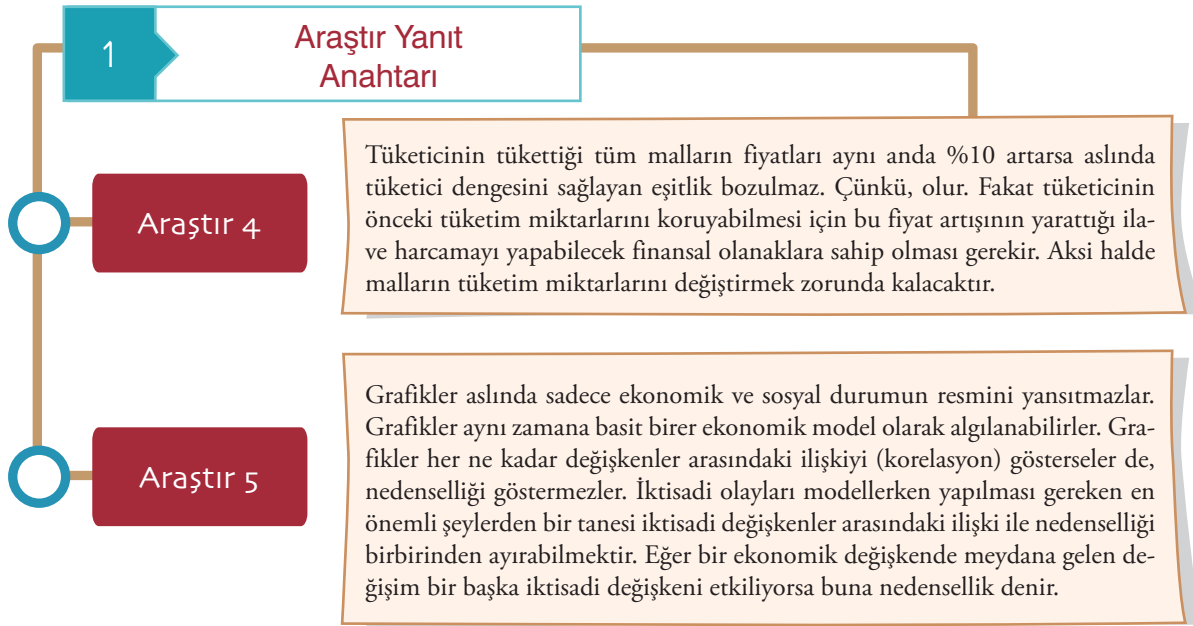
Günlük kullanımda piyasa ile belli bir mal ya da hizmetin alınıp satıldığı yer kastedilir. Otomobil piyasası, altın piyasası, balık piyasası bunlara örnek gösterilebilir. İktisatta kullanılan piyasanın çok daha geniş bir anlamı vardır. Bu anlamda piyasa, bir iktisadi malın alıcı ve satıcılarının bir araya geldiği yer olarak tanımlanabilir. Alıcı ve satıcıların bir araya geldiği yerin sebze hali gibi fiziksel bir mekan olması gerekmemektedir. Örneğin Borsa İstanbul’da (BIST) hisse senedi alıcı ve satıcıları fiziksel olarak bir araya gelmek zorunda değildir. İşlemler internet üzerinden ya da telefonla işlemler yapılabilir.

Araştır 2

Hayır. Polis tarafından sağlanan güvenlik hizmetinin kullanıcılara (vatandaşlara) doğrudan bir maliyeti olmasa bu hizmeti sağlamanın bir fırsat maliyeti vardır. Fırsat maliyeti olan, yani üretimi ya da sağlanması için başka birşeyden vazgeçilen hiçbir mal ya da hizmet serbest mal değildir.

Araştır 3

İktisadın bir bilim olmasına önemli katkıları olan, modern iktisadın kurucusu olarak niteleyebileceğimiz 18.yy. iktisatçısı Adam Smith “görünmez el” olarak adlandırmıştır. Smith’e göre bireylerin, firmaların yani ekonomik birimlerin kendi çıkarları peşinde koşması toplumun çıkarları ile doğrudan ilişkilidir ve eğer her birey ya da ekonomik birim kendi çıkarını en çoğa çıkarmaya çabalarsa toplum çıkarı da en çoğa çıkabilir. Bu sorunun özü “kim üretecek” sorusundan gelmektedir. Bu soruların cevabı uygulanan ekonomik sistem’e göre farklılıklar gösterecektir.



Kaynakça

- Bozkaya, M. ve Kılıç, L. (2010). Ders Kitabı Hazırlarken, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir.
- Frank, R. H. (2010). Doğal İktisat, 1. Baskıdan çeviri, Çev. Tuncel Öncel, Ankara: Efil Yayınevi.
- Lipsey, R. G. ve Courant, P. N. (1996). Economics, 11. Baskı, New York: HarperCollins
- Mankiw, N. G. (2009) Principles of Economics, 5. Baskı, Canada, South-Western.
- Parkin, M. (2010). İktisat, 9. Baskıdan çeviri, Çev. Uzun, Ö., Demir, S., Güneş, S. ve Sezgi, Ş., İstanbul: Akademi Yayıncılık.
- Parkin, M., Powell, M. ve Matthews, K. (1997). Economics, 3. Baskı, Essex, Addison and Wesley Longman Limited.
- Stiglitz, J. E. (1997) Economics, 2. Baskı, New York: W. W. Norton&Company Inc.
- Şıklar, İ. (Editör), (2009), İktisada Giriş, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları
- Taylor, J. B. (1998). Economics, 2. Baskı, Boston: Houghton Mifflin Company.

İnternet Kaynakları

- Bloomberg, <http://www.bloomberg.com>
- Central Intelligence Agency (CIA), the World Factbook, <https://www.cia.gov>
- Hürriyet, <http://www.hurriyet.com.tr>
- United Nations Development Program (UNDP), <http://www.undp.org>
- World Bank (2018), World Development Indicators – WDI, <http://data.worldbank.org>