Alfred Marshal iktisadı “insanoğlunun normal yaşamındaki sıradan ilişkilerini inceleyen bir bilim dalı” olarak tanımlamıştır.

İktisatçılar geleceği tahmin etmek için kurdukları modellerde teorileri kullanırlar. Çünkü iktisadi hayatta geleceği tahmin edebilmek her şeydir.

Pozitif iktisat bir iktisadi olayın ne olduğu, normatif iktisat ise ne olması gerektiği ile ilgilidir. “Türkiye’nin 2011 yılı dış ticaret açığı yüksektir” ifadesi bir pozitif iktisat, “Türkiye’nin dış ticaret açığı azaltmak için bazı ithal mallar Türkiye’de üretilmelidir” ifadesi ise bir normatif ifadedir.

Mikro iktisat bireylerin yani tüketicilerin ve firmaların 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.

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 değillerdir. 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.

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 yanılmış olmayız.

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.

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

Kaynakların kıtken ihtiyaçların sonsuz olması çoğu zaman alternatifler arasında bir seçim yapmayı yani bir karar almayı gerektirir. İktisat biliminde insanların karar alırlarken **rasyonel** davrandıklarını varsayarız. Kendi çıkarının peşinde koşan iktisadi insanın (*homo economicus)* en önemli özelliği **rasyonel (akılcı) davranış** sergilemesidir. Bireysel çıkarını en çoğa 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 düşünülmüş, 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.

**Tercih** bir şeyi elde etmemizi sağlarken başka bir şeyden vazgeçmeyi zorunlu kılar. Buna **“ödünleşme (trade-off)”** diyoruz.

Her tercihin bir maliyeti vardır. Herhangi bir şeyi elde etmek için vazgeçtiğimiz en değerli alternatif, o tercihin **fırsat maliyeti**dir. **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.

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.

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 yarar**dır. 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.

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** alarak adlandırılabilir.

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 karanın fırsat maliyeti artarsa ekonomik birimler bu eylemi başka bir eylem ile **ikame** edebilir. 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. 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 özendirmektir. 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.

**İKTİSADIN TEMEL SORULARI**

Kıtlık ve tercih sorunu ile ilgili olarak iktisat biliminin cevaplandırmasını gereken dört temel soru bulunmaktadır. Bunlar:

1. Ne üretilecek,

2. Ne kadar üretilecek,

3. Nasıl üretilecek,

4. Kim üretecek.

**Ne Üretilecek?**

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

**Ne Kadar Üretilecek?**

Serbest piyasa ekonomilerinde, yani ürün fiyatının arz ve talep tarafından belirlendiği ekonomilerde, bir ürünün ne kadar üretileceği fiyatlar tarafından belirlenecektir. Eğer ürün arz miktarı talep miktarından fazla ise, bu ürü- nün 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. Bir ekonomide hangi mal ve hizmetlerin ne kadar üretileceği zaman içerisinde değişiklikler gösterebilir.

**Nasıl Üretilecek?**

Mal ya da hizmetlerin nasıl üretileceği 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.

Hangi üretim faktörü ekonomide bol ise, o üretim faktörünün fiyatı düşük olacaktır. O yüzden ürünlerin nasıl üretileceğini **üretim faktörlerinin miktarı** belirleyecektir. Emeğin 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. Teknolojinin ileri olduğu ekonomilerde daha ileri teknoloji kullanan üretim süreçlerine rastlanılırken, 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 sisteme göre farklılıklar gösterecektir. Merkezi planlama ekonomilerinde (ya da kumanda ekonomileri) ne, ne kadar ve nasıl üretileceği sorularının cevabını **devlet** verir.

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 faklı 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

Aslında yukardaki dört temel sorunun cevabı sistematik ve planlı süreçler sonucunda verilmeyebilir. 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**.

Sonsuz olan insan ihtiyaçları karşısında bu ihtiyaçları giderecek olan kaynakların kıt olması insanları tercih yapmaya zorlar. İnsanlar tercihlerini elde edecekleri faydayı göz önünde bulundurarak yaparlar. Bireylerin mal ve hizmetlerin tüketimi sonucu elde ettikleri tatmin duygusuna **fayda** diyoruz. 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) (USE)** 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 (MUx) şöyle yazabiliriz:

*MU x* = *Toplam faydadaki değişim*  = *Δ U Δ = DEĞİŞİM*

*X tüketimindeki değişim Δ X*

Marjinal fayda genelde azalan bir seyir izler. Yani bir malın tüketim miktarı artıkça tüketicinin elde ettiği toplam fayda artarken, marjinal fayda azalır. Buna iktisat biliminde azalan marjinal fayda diyoruz.