



PRENSİP

AKADEMİ

ÖRGÜN VE UZAKTAN EĞİTİM

SMMM STAJA GİRİŞ

6



EKONOMİ

KONU ANLATIMI



/ prensipakademi



/ 0216 337 47 92



www.prensipakademi.com



/ prensipakademi



/ 0501 264 64 44



Osmanağa Mah. Bahariye Cad. No:44 Kat: 6 Kadıköy / İstanbul

TEMEL İKTİSADİ KAVRAMLAR

İktisat: Sınırlı kaynaklarla sınırsız ihtiyaçların karşılanması sorununu inceleyen bilim dalıdır.

Tüm ekonomik sorunlar kıt kaynaklardan dolayı bütün istekleri karşılayamamaktan doğar, iktisat bilimi bireylerin, şirketlerin, hükümetlerin kıtlık sorunuyla uğraşırken yaptıkları tercihleri inceler. Günlük hayatımızda karşılaştığımız olayların tümünün iktisadi temelleri vardır

İktisadın tanımını dikkate aldığımızda ortaya konan temel sorun: Sınırlı kaynakların sınırsız ihtiyaçları karşılayamaması.

Dolayısıyla iktisadın *sorgulama temelinde* kıtlık ve seçim vardır.

Temel Kavramlar

İktisadın tanımında yer alan ihtiyaç en temel kavramlardan biridir.

İhtiyaç: Karşılandığında haz karşılanmadığında ise acı ve üzüntü veren duygudur. Örneğin hasta bir kişinin ilaç ihtiyacı herkes tarafından ihtiyaç olarak kabul edilirken, zengin bir kişinin beşinci spor arabası pek çok kişi için ihtiyaç olarak değerlendirilmez. Oysa iktisat teorisinde bunların ikisi de ihtiyaçtır.

İhtiyaçlar iki ayrı başlıkta incelenir:

1) Zorunlu İhtiyaçlar: İnsanların yaşamlarını devam ettirebilmesi için gerekli hava, su gibi gereksinimlerdir.

2) Zorunlu olmayan İhtiyaçlar (Kültürel İhtiyaçlar): Karşılanması yaşamsal olmayan ama tatmin edildikçe insanlara zevk veren eğlence, seyahat etme gibi ihtiyaçlardır.

Bu iki ihtiyaç grubu insanların yaşadıkları toplumlara, kişilerin yaşı, cinsiyeti ve dahil oldukları sınıflara göre değişebilir.

İhtiyaçların Özellikleri ise şunlardır:

- İhtiyaçlar şiddet bakımından birbirinden farklıdır. İnsanların bazı ihtiyaçlarının şiddeti diğer ihtiyaçlarına oranla daha fazladır. Genel olarak zorunlu ihtiyaçların şiddeti zorunlu olmayanlara göre daha fazladır.
- İhtiyaçlar karşılandıkça şiddetleri azalır. Çok susamış bir kişi için su içmek en şiddetli ihtiyaçtır. Bir iki bardak su içip bu ihtiyacı giderildikten sonra diğer ihtiyaçlar su ihtiyacının önüne geçer. Örneğin yemek ve barınma gibi ihtiyaçlar daha önemli hale gelir.

→ İhtiyaçlar artma eğilimi gösterir. Toplumların sosyal ve ekonomik gelişmeleri, teknolojik ilerlemeler, insanların zevk ve tercihlerinin değişmesi ihtiyaçları sürekli artırmaktadır. 10 yıl önce olmayan cep telefonu ve bilgisayarlar günümüzde en önemli ihtiyaçlardan bazılarıdır.

→ İhtiyaçlar ve bunları karşılamak için kullanılan araçlar birbirinin yerine kullanılabilir (ikame edilebilir). Örneğin insanlar sinemaya gitmek yerine maça giderek boş zamanını değerlendirmeyi tercih edebilir

→ İktisatçılar ihtiyaçları ahlaki açıdan değerlendirmezler. Örneğin uyuşturucu kullanımı kanunen yasak olmasına rağmen, kullanılmaması durumunda bağımlısına acı vereceğinden, uyuşturucu, iktisat bilimi açısından ihtiyaç olarak değerlendirilir.

Mal: İhtiyaçları doğrudan veya dolaylı olarak karşılayan, kullanıma hazır olan her şeye (fiziksel varlıklar) mal denir. *Örnek:* Gıda, giyecek gibi.

Hizmet: İhtiyaçları karşılamasına rağmen, fiziksel nitelikleri olmayan (soyut) şeylere hizmet denir. *Örnek:* Eğitim, bankacılık hizmetleri gibi.

Mal Sınıflandırmaları ise şöyledir:

İktisadi Mal - Serbest Mal

İktisadi Mal: Sınırlı sayıda olan, elde edilebilmesi için mutlaka bedel ödenmesi ve çaba gösterilmesi gereken mallara iktisadi mal denir. *Örnek:* Otomobil, kazak, ekmek, pet şişe su, damacana su gibi.

Serbest Mal: Doğada her istendiğinde bulunulabilen, sınırlı sayıda olmayan, çaba sarf etmeksizin ve bedel ödemeksizin sahip olunan mallar serbest mallardır. *Örnek:* Hava, nehirdeki su.

Dayanıklı - Dayanaksız mal

Dayanıklı mal: Birden fazla kullanıldığında faydasının süreklilik gösterdiği mallardır. *Örnek:* Buzdolabı, televizyon, otomobil.

Dayanaksız mal: Faydasının bir defa kullanıldığında ortadan kalktığı, aynı birimin tekrar kullanımının mümkün olmadığı mallardır. *Örnek:* Çay, deterjan, ekmek gibi.

Not: İktisattaki dayanaksız mal kavramı, kolayca bozulan dayanıklı mal kavramıyla karıştırılmamalıdır. Halk dilinde kolayca bozulan ve dayanaksız diye adlandırılan bir buzdolabı iktisat sınıflandırmasında dayanıklı mal kategorisinde yer alır.

Özel Mal – Kamusal Mal

Özel mal: Piyasa sisteminde değişimi yapılan, tüketimde rakiplilik ve dışarıda tutulabilme özelliği olan mallardır. Özel firmalar tarafından üretilen mallar iki önemli özelliğe sahiptir. Özel sektör tarafından üretilen bir mal bir tüketici tarafından kullanılınca, diğer tüketicilerin o maldan kullanacakları miktar azalır. Örneğin bir kişi bir mağazadan bir çift ayakkabı satın alınca, diğer kişilerin satın alabilecekleri ayakkabı miktarı azalır. Bu özellik kısaca tüketimde rakiplilik diye nitelendirilir.

Ayrıca özel sektör tarafından üretilen bir maldan sadece o malı satın alan kişi kullanabilir. Bir başka deyişle, özel sektör tarafından üretilen bir malın satın alan kişi dışındaki kişiler tarafından kullanılması önlenemez.

Örneğin bir çift ayakkabıyı sadece onu satın alan kişi kullanır. Bu özellik kısaca dışarıda tutulabilme diye nitelendirilir.

Kamusal mal: Tüketimde rakiplilik ve dışarıda tutulabilme özelliği bulunmayan mallardır. Belli bir üretim seviyesinde, malın bir kişi tarafından tüketilmesi, diğerlerinin tüketim miktarını azaltmıyorsa tüketimde rakipsizdir. Bu tanım biraz değişik gibi görünse de bu tür mallar vardır. Düşman saldırılarının olasılığını azaltan bir nükleer denizaltı düşünelim. Bir kişinin elde ettiği korunma diğerlerinin korunmasını azaltmayacaktır. Kamusal malların diğer özelliği kimsenin dışlanamamasıdır. Dışlayamamak demek malın faydasının sadece seçilen belli kişilere olmasının imkansızlığı veya çok masraflı olmasıdır. Yani kişi para ödese de, ödemesi de üretilen üründen faydalanabilir.

Örnek: Devlet okullarındaki eğitim hizmeti, sosyal güvenlik hizmetleri, mahkeme hizmetleri gibi.

Çoğaltılabilen Mallar-Çoğaltılmayan Mallar

Çoğaltılabilen Mal: Miktarının artırılmasının mümkün olduğu mallardır. Örnek: Otomobil, ekmek gibi.

Çoğaltılmayan Mal: Miktarının artırılmasının mümkün olmadığı mallardır. Örnek: Değerli ressam tabloları, el yapımı otomobil, eski eserler gibi.

Bölünebilir – Bölünemeyen Mallar

Bölünebilir Mal: Birimlere ayrılabilen mallardır. Örnek: 250 gram peynir 1kg.peynir gibi.

Bölünemeyen Mal: Birimlere ayrılamayan mallardır. Örnek: Buzdolabı(1/2 Buzdolabı satın alınmaz)

Tüketim Malı – Üretim Malı

Tüketim Malı: Tüketicinin ihtiyacını doğrudan karşılayan mallardır. Örnek: yiyecek, giyecek

Üretim Malı: Diğer üretim veya tüketim malları üretiminde kullanılan mallardır. Örnek: Fırında ekmek üretmek için kullanılan un, makina gibi.

Not: Mal kullanımına bağlı olarak üretim veya tüketim malı olabilir. Otomobil gezmek için kullanılabileceği gibi, bir pazarlama elemanı tarafından da kullanılabilir. Birinci durumda otomobil tüketim malı, ikinci durumda ise üretim malıdır.

İkame Mal – Tamamlayıcı Mal

İkame Mal: Bir ihtiyacı karşılamak için birbirinin yerine geçebilen(kullanılabilen) mallardır. Örnek: Kışın ısınmak amaçlı ıhlamurun yerine sahlep, kahve yerine çay içmek gibi.

Tamamlayıcı Mal: Bir ihtiyacı karşılamak için birlikte kullanılması gereken mallardır. Örnek: Benzin-otomobil, çay-şeker. Tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere malları tüketmeleriyle ortaya çıkan fayda kavramı ise şöyle tanımlanır.

Fayda: Bir malın tüketimiyle elde edilen tatmine(doyum) fayda denir. Kişiyeye göre değişir (Subjektiftir).

Değer: İktisadi mal ve hizmetlere verilen nispi öneme değer adı verilir. Kullanım değeri ve değişim (mübadele) değeri olarak ikiye ayrılır.

Kullanım Değeri: Tüketicinin bir maldan sağladığı fayda ile diğer maldan sağladığı faydayı karşılaştırdığında ortaya koyduğu nispi(oransal) önem Kullanım Değeri ' dir. Örnek: Kahve tiryakisi bir kişi, kahve ve çayın onun için önemini ifade ederken kahveyi daha fazla tercih ettiğini belirtirken aslında kahvenin nispi önemini (Kullanım değerini) ifade etmiştir.

Değişim Değeri: Bir mal veya hizmetin başka bir mal veya hizmetle değiştirilebilme oranıdır. Burada söz konusu olan mal veya hizmetin fırsat maliyetidir. Örneğin bir buzdolabının fiyatı (1.500 milyon TL) bir fırının fiyatının (500 milyon TL) üç katı ise bir buzdolabı ile üç tane fırın satın alınabilecektir. Yani buzdolabının değişim değeri üç fırın olacaktır. Değişim değeri, kullanım değeri gibi kişiden kişiye değişmez. Herkes için aynı olan bir büyüklüktür.

Değer ile ilgili önemli bir konu da **Değer Paradoksu'** dur.

Değer Paradoksu: Suyun insan yaşamı için yaşamsal önemi olmasına karşın bedelinin çok düşük, elmasının ise yaşamsal önemi olmamasına rağmen bedelinin son derece yüksek olması Değer Paradoksu (Elmas- Su Çelişkisi) olarak tanımlanır.

İhtiyaçların karşılanması veya etkisinin hafifletilmesi amacıyla mal ve hizmetlerin kullanılmasına ise **Tüketim** denir.

Tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılanabilmesi için öncelikle malların ve hizmetlerin üretilmesi gerekir.

Üretim: Tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere mal ve hizmetlerin ortaya çıkarılması, miktarlarının artırılması ve kıtlıklarının azaltılmasına yönelik gerçekleştirilen her türlü faaliyet **ÜRETİM** 'dir. Bir başka ifade ile üretim, ihtiyaçları karşılamak üzere fayda yaratılmasıdır. **Üretim ile birlikte şekil, yer, zaman ve mülkiyet faydası yaratılır.**

1) Şekil Faydası: Malların kimyevi ve fiziksel yapıları değiştirilerek yaratılır. Pamuktan, pamuklu kumaş, undan ekmeğe gibi.

2) Yer Faydası: Malların daha çok buldukları yerden daha az buldukları yere taşınarak oradaki tüketicilerin de ihtiyaçlarının sağlanması. Anamur'da üretilen muzun İstanbul ve diğer illere de dağıtılması.

3) Zaman Faydası: Malların istenildikleri zaman sunulmak üzere üretilip stoklanmalarıyla ortaya çıkar. Yazın toplanan çay yapraklarından yapılan çayın her mevsim tüketiciler tarafından kullanılması yada bir yaz sebzesinin dondurularak kışın da marketlerde kullanıma sunulabilmesi gibi.

4) Mülkiyet Faydası: Malları onlara en çok değer veren kişilere (genellikle satın alma gücüne sahip tüketicilere) ulaştırmak suretiyle yaratılır.

Üretim faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için üretimde kullanılan kaynaklar **Üretim Faktörleri** denir.

Üretim Faktörleri Üretimden Aldıkları Paylar(Karşılıkları)

1) Emek(Beşeri Sermaye)	→	Ücret
2) Toprak	→	Rant
3) Sermaye	→	Faiz
4) Girişimci	→	Kar

Emek: Üretimde kullanılan tüm zihinsel ve fiziksel yetenekleri kapsar.

Toprak: Tarım alanları, mineral kaynaklar, atmosferdeki gazlar, ormanlar, denizler.

Sermaye: Üretimde kullanılan her türlü alet, makine, teçhizat ve bina gibi önceden üretilmiş olan üretim araçlarını ifade eder.

Girişimci: Mal ve hizmet üretimiyle ilgili olarak diğer üretim faktörlerini (emek, toprak, sermaye) organize ederek, riski üstlenen kişidir.

Girişimcilik: Emek,toprak sermayeyi bir araya getirip organize ederek mal ve hizmet üretiminde bulunma çabası Girişimcilik ' tir.

Üretim Faaliyeti gerçekleştirirken **Ekonomik Etkinlik** önem kazanır.

Ekonomik Etkinlik

Kıt kaynakların toplum refahını maksimize edecek şekilde üretim sürecine katılması ve üretilen mal ve hizmetlerin bireyler arasında adaletli olarak dağıtımının yapılması durumu ekonomik etkinlik olarak adlandırılır. Birçok etkinlik türünden bahsedilebilir.

Ekonomik Etkinliğin gerçekleştirilebilmesi için hem Üretimde Etkinlik hem de Bölüşümde Etkinlik sağlanmalıdır.

Üretimde Etkinlik

Mevcut üretim faktörleriyle maksimum üretimin gerçekleştirilmesini gösterir.

Bölüşümde Etkinlik

Üretilenlerin üretime katılanlar arasında adil dağılımının sağlanmasını gösterir.

İşbölümü: Mesleki ve teknik işbölümü olarak ikiye ayrılabilir. Mesleki işbölümü, bireylerin herhangi bir meslekte uzmanlaşmasıdır. Manav, berber, mühendis gibi. Teknik işbölümü ise işletmelerin bir malın çeşitli üretim aşamalarının birinde uzmanlaşmasını ifade eder. Örneğin kumaşı ele alırsak, ipliğin bükülmesi, kumaşın dokunması, boyanması, farklı işletmeler tarafından gerçekleştirilir.

İşbölümü ve uzmanlaşmanın ekonomiye birçok katkısı vardır. Verimliliği artırır, ölçek ekonomilerinin gerçekleştirilmesine katkıda bulunur, değişim ekonomisinin gerçekleşmesine yardımcı olur, zaman kaybını önler ve etkinliği artırır.

Verimlilik: Üretimde kullanılan bir birim girdi başına düşen **mal ve hizmet miktarı** olarak tanımlanır.

Verimlilik= Üretim Miktarı / Girdi Miktarı

İktisatta Rolü Olan **Ekonomik Birimler** ise:

- **Hanehalkı (Tüketiciler):** Aynı çatı altında yaşayan ve ortak finansal kararlar alan kişilere denir. Tek kişi de olabilir. Aynı evde kalan öğrenciler, sahip olduğu üretim faktörlerini firmalar satanlar.

- **Firmalar:** Üretici kaynakları kullanan ve ne üretilene karar veren şahıs şirketlerinden devlete kadar tüm üretici birimleri kapsar.
- **Devlet:** Firmalar tarafından üretilen malların bir kısmını satın alır. Hane halkı gelirlerinin bir kısmını vergi olarak toplar. Bizzat mal ve hizmet üretiminde bulunur.
- **Dış dünya:** Bir ülkenin uluslar arası ekonomik ilişkileriyle ilgili taraflardan tüketiciler, firmalar ve devletleri kapsar.

KITLIK, TERCİH, FAYDA TEMEL EKONOMİK SORUNLAR

KITLIK

Herkes her istediğini alamamaktadır. Çünkü istekler, onları karşılayacak kaynaklardan daha fazladır. Veya kaynaklar, isteklerden daha azdır. Birey veya devlet olsun, sorun değişmemektedir; mevcut kaynakla daha fazla istek karşılanmaya çalışıldığında sonuç, bütçe açığıdır. O halde kıtlık (nadirlik) sorunu sınırsız istekler, sınırlı kaynaklar çatışmasından doğmaktadır. Bir diğer deyişle kıtlık, tercihlerin sonucunda bir maliyetin varoluşunu ima etmektedir.

İktisadi Faaliyet

Kıtlık sorunu, bizi iktisadi faaliyeti açıklamaya götürmektedir. İktisadi faaliyet halkın kıtlıkla başa çıkma eylemidir. Başa çıkma eylemi üretim, değişim, teknoloji kavramlarını gündeme getirecektir. Kıtlık ve iktisadi faaliyet kavramlarından hareketle iktisadi tanımlayabiliriz; iktisat sınırsız istekleri karşılamak için halkın sınırlı kaynakları nasıl kullandığını araştırmaktadır. O halde iktisadın tanımında kalkış noktası sınırlı kaynak ve dolayısıyla kıtlıktır. Kaynaklar sınırlı olmasaydı, büyük olasılıkla iktisat olmayacaktı. Çünkü kaynaklar sınırlı olmasaydı;

1. İşsizlik olmayacaktı. Burada ilginç bir durum vardır. İşsizlik herkes "işsiz" olduğu için olmayacaktı. Çünkü kimsenin çalışmak için nedeni olmayacaktı
2. Ücret olmayacaktı.
3. Enflasyon olmayacaktı.
4. Devletin ekonomik yaşama müdahale etmesine gerek kalmayacaktı. Çünkü kamunun mal ve hizmet üretmesine, vergi toplamaya neden olmayacaktı.
5. Uluslararası ticaret olmayacaktı
6. Zengin-fakir ülke ayrımı olmayacaktı.

Tercih

Kıtlık sorunu bir başka sorunu yaratmaktadır; tercih sorunu. Kıtlık sorunuyla karşılaşan halk tercih yapma durumundadır. Çünkü her istediğine sahip olamamaktadır. Mevcut seçenekler arasında seçim

yapmak gerekmektedir. Öyle ki bazı iktisatçılar, iktisadi tercih bilimi (science of choice) olarak adlandırılır. Buna göre **İktisat; halkın yaptığı tercihleri açıklamak ve tercihlerini etkileyen durumlar değiştiğinde hangi değişmelerin olacağını öngörmektir.**

Tercih yapmak fayda ve maliyetle ilgilidir. Var olan seçenekler içinde daha fazla sahip olmanın faydası ile daha az sahip olmanın mali-yeti arasında dengedir. Maliyetlere karşı faydaları dengeleme sürecinde, var olan sınırlar içinde olanaklı olan en iyisinin yapılması **optimize olmak** olarak adlandırılır. Optimize olmaya benzer bir kavram ekonomize olmaktır. **Ekonomize olmak**, mevcut kaynakların en iyi kullanımı biçiminde tanımlanabilir.

Bu sorunları çözümüne yönelik 3 Alternatif Ekonomik Sistem vardır:

- 1) Piyasa Ekonomisi Sistemi
- 2) Kumanda Ekonomisi Sistemi
- 3) Karma Ekonomisi Sistemi

1) Piyasa Ekonomisi Sistemi: Ekonomik faaliyetler serbest piyasada, serbest girişim ve bireyler arasındaki sözleşmelerle ve fiyat mekanizmasıyla gerçekleştirilen sisteme Piyasa Ekonomisi Sistemi denir.

Devlet sadece piyasa başarısızlıkları olduğunda piyasaya müdahale eder. DEVLETİN ROLÜ SINIRLIDIR.

2) Kumanda Ekonomisi Sistemi: Temel ekonomik sorunlar ile ilgili kararları merkezi bir otorite alır. Merkezi bir plan ile bütün üretim, tüketim, bölüşüm kararları alınır.

Üretim etkin olmadığı için üretim imkanları sınırı altında bulunulur.

3) Karma Ekonomisi Sistemi: Hem kamu hem de özel sektör üretim faaliyetinde bulunur.

Piyasa ve fiyat mekanizması geçerlidir, ama merkezi plan da yapılır.(Türkiye'deki 5'er yıllık kalkınma planları hatırlanırsa!) Devlet piyasanın aksayan yönlerini düzeltmek dışında, etkin kaynak dağılımı sağlamak, gelir dağılımında adalet sağlamak gibi nedenlerle ekonomiye müdahalede bulunur.

İktisadın tanımını verirken ortaya koyduğumuz kıtlık kavramını açıklayacak olursak;

Parasal Fiyat: Bir malı satın almak için vazgeçtiğimiz TL miktarı o mal için parasal fiyattır

Fırsat Maliyeti

Birey, istediği her şeye sahip olamıyorsa alternatifler arasında seçim yapmak durumundadır. Alternatif sorunu, fırsat maliyetine neden olmaktadır.

Fırsat maliyeti, mevcut çeşitli alternatifler arasında bir tanesini seçmekle vazgeçilen öteki alternatifler dolayısıyla uğranılan kayıpları işaret etmektedir. Burada öne çıkan nokta, vazgeçilen en iyi alternatif seçeneğidir. Fırsat maliyeti, TL cinsinden (CD yerine kitap almak gibi; TL maliyeti), zaman cinsinden (sinema yerine maça gitmek gibi; zaman maliyeti), dış-sallık yönünden (örneğin deodorantların ozon tabakasını delmesi gibi; dışsal maliyet) yönlerinden ele alınabilir. Ama daha çok öne çıkan, vazgeçilen en iyi alternatif noktasıdır.

Özetle, kıtlık sorunundan hareketle, kıtlık → tercih → fırsat maliyeti → rekabet ilişkisini kurabiliriz.

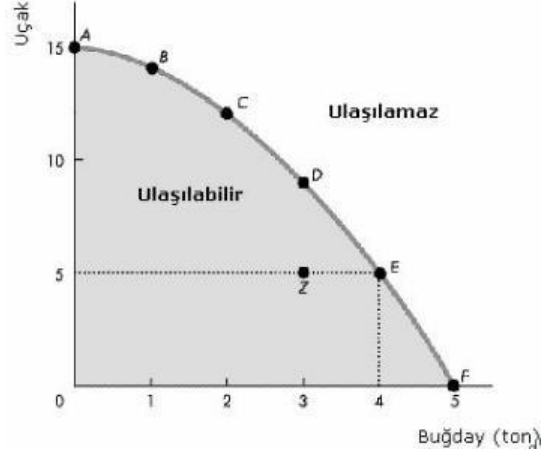
Üretim İmkanları Sınırı Eğrisi

Üretim İmkanları eğrisi belli bir süre içerisinde, mevcut tüm kaynaklar ve teknoloji ile üretilebilecek, nihai mal ve hizmetlerin alternatif bileşimlerini gösterir. Bir ekonomide binlerce mal ve hizmetin üretildiğini düşünürsek bir model kurmak için bazı varsayımlar yapmamız gerekecektir. Üretim imkanları sınırını gösterebilmek için belli bir zamanda sadece iki malın üretildiğini kabul edip diğer mal ve hizmet üretimlerini sabit kabul edeceğiz. Yani İki malın üretimi dışındaki her şeyin sabit olduğu bir ekonomik model oluşturacağız.

Konuyu daha iyi açıklayabilmek için buğday ve uçak gibi iki örnek mal ele alalım. Üretim imkanları eğrisi uçak ve buğday üretiminde kullanacağımız kaynaklar veri iken, bu iki maldan üretebileceğimiz alternatif bileşimleri gösterir. Aşağıdaki tablo bir ay içerisinde mevcut kaynaklarla üretilebilecek buğday ve uçak kombinasyonlarını göstermektedir.

GÖZLEMELER	BUĞDAY	UÇAK
A	0	15
B	1	14
C	2	12
D	3	9
E	4	5
F	5	0

Aşağıdaki şekilde ise tabloda verilen üretim alternatifleri gösterilmiştir. X ekseninde üretilen buğday miktarı, y ekseninde ise üretilen uçak miktarı gösterilmiştir. Üretim İmkanları sınırı eldeki kaynaklarla gerçekleştirilebilecek maksimum miktarları gösterdiğinden, eğrinin dışındaki noktalara ulaşamayız. Bu noktalar karşılanamayan istekleri göstermektedir. Üretim imkanları sınırının üzerinde ya da iç bölgesinde herhangi bir yerde üretim gerçekleştirebiliriz. Bu noktalar ulaşabildiğimiz noktalardır.



Örneğin bir ayda 4 ton buğday ve 5 uçak üretebildiğimizi düşünelim. Yukarıdaki şekilde bu alternatif E noktasında gösterilmektedir. Şekilde diğer üretim alternatifleri de gösterilmektedir, örneğin buğday üretimini bırakıp tüm üretim faktörlerini uçak üretimine yönlendirirsek şekil üzerindeki A noktasına gelmiş oluruz. Bu durumda hiç buğday üretmeden 15 adet uçak üretebiliriz. Ya da uçak üretimini bırakıp tüm faktörleri buğday üretiminde kullanırsak bir ayda 5 ton buğday üretebiliriz. Bu olasılık da şekil üzerinde F noktasında gösterilmektedir. Bu iki uç durumun dışında B, C, D, E gibi noktalarda her iki üründen de üretilmektedir. Eldeki kaynaklar ve teknoloji düzeyi ile eğrinin dışındaki noktalara ulaşamaz. Eğrinin içindeki noktalara ulaşmakla birlikte etkin üretim gerçekleştirilemez.

Üretim İmkanları Eğrisinin Özellikleri:

- 1) Eğri üzerinde tüm üretim kaynakları tam ve etkin kullanılmaktadır. Üretilen bir malın üretimini kısmadan diğerinin üretimini artırmak mümkün olmadığı için üretimde etkinlik sağlanmıştır.
- 2) Orijine iç bükeydir (Yukarıdaki şekil gibi). Böyle olmasının nedeni **artan fırsat maliyettir**. Yani bir maldan daha fazla üretebilmek için diğer maldan her seferinde çok daha fazla miktarda vazgeçmek gerekir.
- 3) Eğrinin sağındaki noktalar potansiyelin üzerindedir.
- 4) Eğer sermaye, teknoloji, emek miktarı artışı veya okuryazarlık oranı artışı gibi bir durum ortaya çıkarsa ekonomik büyüme gerçekleşir. Eğri sağa kayar.
- 5) Eğrinin solunda (altında) yer alan noktalar ise potansiyelin atındadır. Dolayısıyla eksik kullanım vardır.

II. BÖLÜM

TALEP, ARZ VE PİYASA DENGESİ

PİYASA: Piyasa alıcı ve satıcıların mal ve hizmetlerini değiştirebilmeleri amacıyla yapılan düzenlemeler şeklinde tanımlanabilir. Mal piyasası, hizmet piyasası, faktör piyasası, girdi piyasası, para piyasası gibi çok çeşitli piyasaları saymak mümkündür. Yani bir piyasada aklınıza gelebilecek her şeyin alışverişi yapılmaktadır. Bazı piyasalar alıcı ve satıcıların fiziksel olarak buluştukları mekanlardır. Bazı piyasalarda ise tüm dünya üzerine yayılan alıcı ve satıcılar birbirlerini hiç görmeden internet üzerinden ya da televizyon veya faks ile alış satış işlemlerini gerçekleştirirler.

Piyasaları temelde ikiye ayırabiliriz:

1) Mal Piyasası: Tamamlanmış mal ve hizmetlerin alınıp satıldığı ortama mal piyasası denir.

2) Faktör Piyasası: Üretim faktörlerinin alınıp satıldığı herhangi bir ortama faktör piyasası denir.

1. Talep

Mal veya hizmetin talep edilen miktarı, tüketicinin veri periyotta özel bir fiyatta satın almayı planladığı miktardır. Talep ve istem birbirine yakın kavramlar olmakla birlikte aynı değildirler. İstem mal ve hizmet için sınırsız istek veya arzudur. İstemde kıtlık faktörü dikkate alınmamaktadır. Bir diğer önemli ayırım talep edilen ve satın alınan miktar üzerinedir. Talep edilen miktarın, satın alınan miktara eşit olması zorunlu değildir. Bazen talep edilen miktar mevcut mallardan fazladır. Bu durumda satın alınan miktar, talep edilen miktardan daha azdır. Tersi de geçerlidir.

I. Talebi Belirleyen Faktörler

Bir malın talebini belirleyen etkenleri altı ana başlıkta toplamak olanaklıdır;

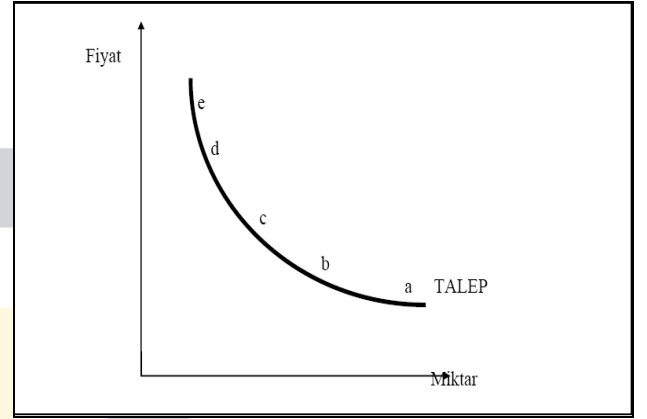
1. Malın Fiyatı,
2. İlgili malların fiyatı,
3. Gelir,
4. Gelecekte beklenen fiyatlar,
5. Nüfus,
6. Tercihlerdir.

Altı etkenden, birincisi hariç diğerlerini veri kabul edersek Talep Yasasını elde edebiliriz. **Talep Yasası** diğer şeyler veri iken malın fiyatı yükseldiğinde talep edilen miktar azalır, şeklinde özetlenebilir. Burada diğer şeyler veri iken (Ceteris Paribus) koşuluna özel dikkat çekmek gerekir. Diğer etkenler veri olmadığında Talep Yasası işlememektedir. Örneğin gelir arttığında, malın fiyatı artsa da talep yükselebilir. Onun için Talep Yasası, Ceteris Paribus geçerlidir. Bir diğer nokta fiyatlarla ilgilidir.

Talep Yasasında ele alınan fiyatlar, mutlak fiyatlar değil nispi fiyatlardır. Diğer mal ve hizmet fiyatları veri iken, ilgi malın fiyatındaki değişimlere dikkat çekilmektedir

Talep Eğrisi

Talep Şedülü, diğer etkenler veri iken (Ceteris Paribus) farklı fiyatlarda talep edilen miktarı listelemektir. Talep eğrisi (Şekil 1) ise talep edilen miktar ve fiyat arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Burada da diğer etkenlerin veri olduğu varsayımı devam etmektedir



Şekil 1. Talep Eğrisi

1.3. Talepte Değişme

Talepte değişme, diğer etkenlerin verililiğinin kalkmasıdır. Kısaca özetlersek;

1. İlgili Malların Fiyatı: İlgili malın fiyatında değişme, malların ikame ve tamamlayıcısı mal olmasına göre değişmektedir. İkame mal, bir malın diğer mal yerine kullanılabilmesidir. Çay ve kahve, kola ve gazoz örnek olarak verilebilir. Tamamlayıcı mal, bir malın diğer malı tamamlamasıdır. Çay ve şeker, otomobil ve benzin örnek olarak verilebilir. İkame malın fiyatında artış, mal talebini artırmaktadır. Tersi de geçerlidir. Tamamlayıcı malın fiyatında artış mal talebini azaltmaktadır

2. Gelirde Değişme: Fiyat değişmelerinin etkisi malları ikame ve tamamlayıcı olmalarına göre değişirken, gelirdeki değişimin etkisi, malların normal ve düşük mal (inferior mal) olmasına bağlıdır. Normal mal, gelir arttığında talebi artan mallardır. Düşük mal, gelir arttığında talebi düşen mallardır. Patates talebi örnek olarak verilebilir.

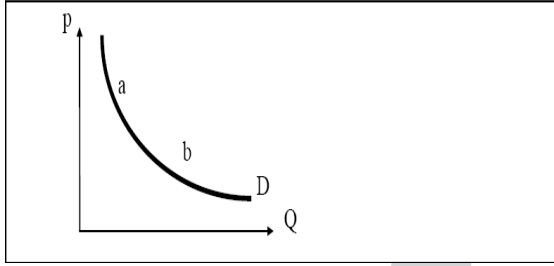
3. Gelecekte Beklenen Fiyatlar: Fiyatların gelecekte artacağı bekleniyorsa talep artmaktadır. Düşeceği bekleniyorsa talep azalmaktadır.

4. **Son yıllarda finansal** piyasalarda hızlı gelişme beklenen fiyatların önemini daha da arttırmıştır. Gelecekteki piyasalar, vadeli piyasalar, prim, iskonto, spekülasyon gibi kavramlarla fiyat beklentileri arasında yakın ilişki vardır.

5. **Nüfus:** Nüfus artışı, nüfusun bileşiminin değişmesi talebi etkiler. Genel olarak nüfus artışı ve talep artışı ilişkisini kurabiliriz.

6. **Tercihler:** Tercihlerde değişme doğrudan gözlenememekle birlikte, tercihler talebi etkilemektedir. Tercihlerin ilgili malın yönünde artması veya azalması talebi büyük ölçüde belirlemektedir

Talep Eğrisinin Kayması ve Talep Eğrisi Üzerinde Hareket

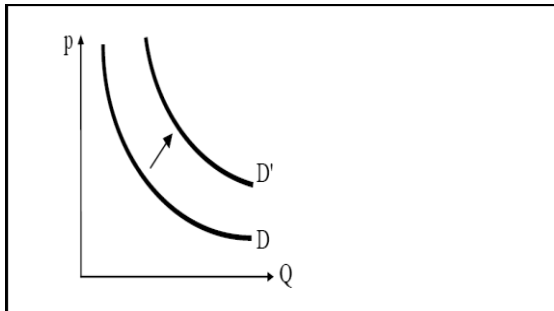


Şekil 2

Talep eğrisi boyunca değişme, Şekil 2'de görüldüğü gibi, diğer etkenlerin değişmediği varsayımı altında, malın fiyatı değiştiğinde talepteki değişmeyi göstermektedir.

Talep eğrisinde değişme, fiyat sabitken diğer etkenlerin satın alma planlarını etkilemesidir (Şekil 3)

Bazı durumlarda talep eğrileri değişik biçimler alabilir. **Şekil 4a**'da fiyat düştüğünde X noktasına kadar talep artmaktadır. X noktasından sonra fiyat düşmesine rağmen talep artmamakta, tersine düşmektedir. Böyle bir durumun ortaya çıkmasının nedeni talep, kalite ilişkisidir. Fiyat düştüğünde malın kalitesinin düştüğü görüşü, talep edilen miktarı azaltmaktadır.



Şekil 3. Talep Eğrisinin Değişmesi

Malın kendi fiyatı dışındaki unsurlardaki değişme Talebin değişmesine, yani eğrinin kaymasına neden olur: Sağa veya sola kayar.

Talep Eğrisinin Kayması (Talepteki Değişme)

Talepteki değişme ile talep eğrisinin tümüyle yer değiştirmesi kastedilmektedir. Talebi etkileyen faktörlerden, o malın fiyatı dışında kalan diğer faktörlerden birinde ya da birkaçında meydana gelecek değişmeler talep eğrisinin sağa ya da sola kaymasına neden olur.

BİR MALIN TALEBİNİ ETKİLEYEN (KENDİ FİYATI DIŞINDAKİ) DİĞER ETKENLER

- 1) Zevk ve tercihler (Z)
- 2) Tüketicinin Geliri (I)
- 3) Tamamlayıcı malların fiyatı (Pc)
- 4) İkame malların fiyatı (Ps)
- 5) Tüketicinin mal fiyatları ile ilgili geleceğe ilişkin beklentileri (E)
- 6) Alıcıların sayısı-Nüfus (N)

Talep Eğrisinin Sağa Kaymasının (ARTMASININ) Nedeni (Aşağıdaki şekil):

- 1) Malın tercih edilmesi, modanın olumlu etkisi, reklam, promosyondan kaynaklanır. Örnek, moda etkisiyle Plastik çizme talep artışı
- 2) Tüketici geliri artar. Örnek, maaşınıza zam gelir.
- 3) Tamamlayıcı mal fiyatı düşer. Örnek, benzin fiyatları düşmesi otomobil talebini artırır.
- 4) İkame mal fiyatları artarsa. Deri çanta fiyatları artınca suni deriden çanta talebi artar.
- 5) Tüketicinin malın fiyatının gelecekte artacağı konusundaki beklentisi(Geleceğe ilişkin olumsuz beklenti) . Örnek, altın fiyatının gelecekte 100tl'yi de geçeceği konusundaki beklenti şu anda altın talebini artırır.
- 6) Alıcı sayısının artması. Örnek, nüfusun artışı.

Talebin Sola Kaymasının (AZALMASININ) Nedeni(Aşağıdaki şekil):

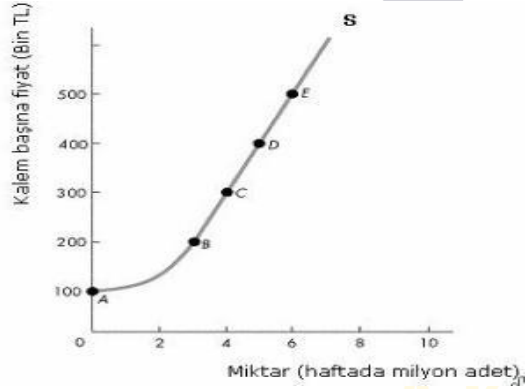
- 1) Malın tercih edilmemesi, olumsuz reklam ve açıklamalardan kaynaklanır. GDO'lu Ürün talebinin azalması.
- 2) Tüketici geliri azalır. Örnek, patron krizde işten çıkarmak yerine maaşınızda indirim yapar.
- 3) Tamamlayıcı mal fiyatı artar. Örnek, benzin fiyatları artarken otomobil talebi azalır.
- 4) İkame mal fiyatları azalır. Örnek , Netbook fiyatlarındaki düşme notebook talebini azaltır.
- 5) Tüketicinin malın fiyatının gelecekte düşeceği konusundaki beklentisi(Geleceğe ilişkin olumlu beklenti) . Örnek, hakiki kış indiriminin Şubat'ta başlayacağını bekliyorsanız Aralık ayında yapmayı düşündüğünüz alımlarınızı şubat'a ertelersiniz.
- 6) Alıcı sayısının azalması.

ARZ: Üreticilerin bir malı belli bir zaman içerisinde farklı fiyatlarda, farklı miktarlarda üretme ve satma konusundaki arzu ve yetenekleri olarak ifade ederiz. Arzdan bahsedebilmek için malı hem üretmek hem de piyasaya arz etmek gerekir.

ARZ KANUNU: Üreticinin kararını etkileyen diğer tüm değişkenler sabitken, malın fiyatı artarken arz edilen miktarı da artar ve malın fiyatı düşerken arz edilen miktarı da azalır.

ARZ EĞRİSİ: Malın fiyatı ve miktarı arasındaki ilişkiyi gösterir. Şekli arz kanununa bağlı olarak pozitif eğimlidir(miktar ve fiyat aynı yönde değiştiği için).

Kombinasyon	Kalem Başına Fiyat (Bin TL)	Arz edilen kalem miktarı (haftada milyon adet)
A	100	0
B	200	3
C	300	4
D	400	5
E	500	6



Piyasa Arz Eğrisi: Her fiyat düzeyinde bütün bireysel arz eğrilerini yatay olarak toplayarak bulunur.

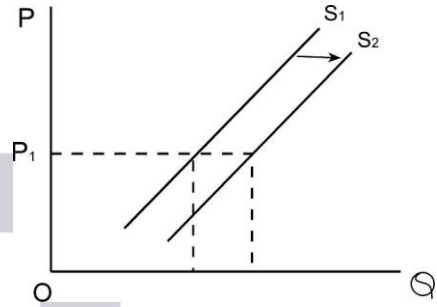
ARZI ETKİLEYEN (MALIN KENDİ FİYATI DIŞINDAKİ) DİĞER UNSURLAR

- 1) Diğer malların fiyatları
- 2) Teknoloji ve verimlilik
- 3) Üretim maliyetleri
- 4) Piyasadaki(Endüstrideki) firma sayısı
- 5) Vergiler ve sübvansiyonlar
- 6) Gelecek hakkındaki beklentiler

Bu değişkenler ARZIN değişmesine neden olur: ARZ eğrisinin Sağa veya Sola kaymasıyla gösterilir.

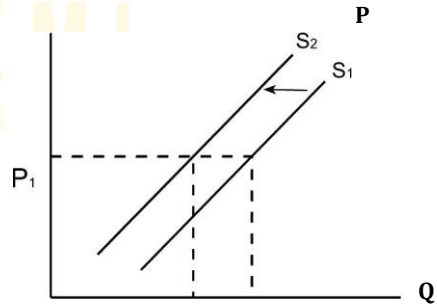
Arz Eğrisinin Sağa Kaymasının (ARTMASININ) Nedeni(Aşağıdaki şekil):

- 1) İkamesi olan ürünün fiyatı düştüğünde,
- 2) Yeni teknolojik gelişmeleri takip edip yeni teknoloji kullanımı ve verimlilik artışı,
- 3) Üretim maliyetlerinin azalması. Örnek, işçi ücretlerinin azalması,elektrik ,gaz kullanım ücretlerinin azalması gibi.
- 4) Firma sayısındaki artış,
- 5) Vergi oranlarının azaltılması, bazı vergilerin uygulamadan kaldırılması. Sübvansiyon ve teşviklerin artırılması,
- 6) Gelecekte ürünün fiyatının düşeceğine dair beklenti(olumsuz beklenti).



Arz Eğrisinin Sola Kaymasının (AZALMASININ) Nedeni(Aşağıdaki şekil):

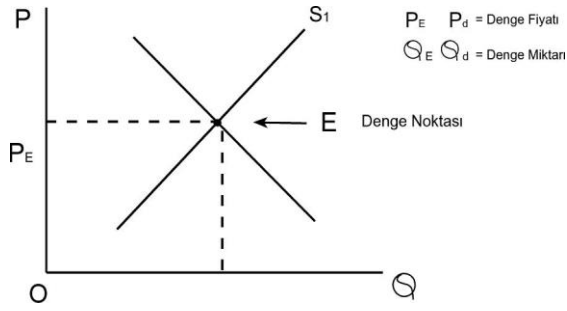
- 1) İkamesi olan ürünün fiyatı arttığına,
- 2) Eski teknolojilerin kullanımı ve verimlilik azalışı,
- 3) Üretim maliyetlerinin artması. Örnek, işçi ücretlerinin artması,elektrik ,gaz kullanım ücretlerinin artması gibi.
- 4) Firma sayısındaki azalış
- 5) Vergi oranlarının artması, bazı yeni vergilerin uygulanması. Sübvansiyon ve teşviklerin azaltılması.
- 6) Gelecekte ürünün fiyatının artacağına dair beklenti(olumlu beklenti).



PİYASA DENGESİ

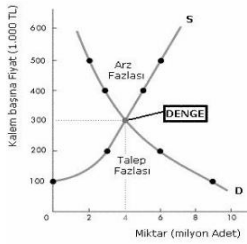
Arz ve talep eğrilerini kullanarak piyasa dengesini açıklayabiliriz. Çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu piyasada alıcıların ödemeye razı olduğu fiyat satıcıların da ürünlerini satmaya razı oldukları fiyata eşitlendiğinde piyasa denge fiyatı oluşur ve Pd ile gösterilir. Bu denge fiyatından alıcıların almak istedikleri miktar ile satıcıların satmak istedikleri miktar da eşitlenir ve bu miktara da Denge Miktarı denir (Qd ile gösterilir).

Arz ve talep eğrilerinin kesiştikleri (arz ve talebin eşitlendikleri) noktaya da denge noktası denir.



Piyasa dengesinin oluşumunu daha önce talep ve arzın açıklanmasında kullandığımız çizelgeleri birlikte ele alarak inceleyelim.

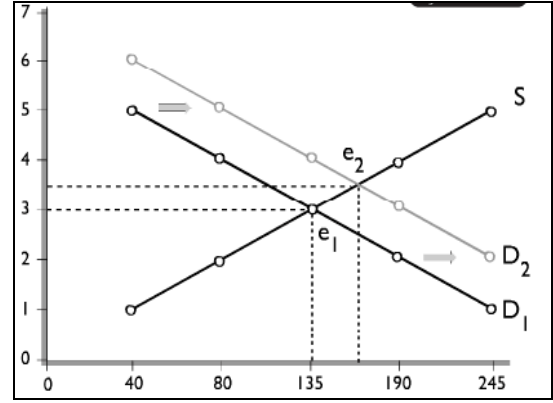
(1) Fiyat (Kalem başına TL)	(2) Talep edilen miktar	(3) Arz edilen Miktar	(4) Kıtlık (-) veya Artık (+)	(5) KOŞUL
100	9	0	-9	Talep Fazlası (Kıtlık)
200	6	3	-3	Talep Fazlası (Kıtlık)
300	4	4	0	DENGE
400	3	5	+2	Arz Fazlası (Artık)
500	2	6	+4	Arz Fazlası (Artık)



Yukarıdaki çizelge 5 sütundan oluşmaktadır. Birinci sütunda değişik fiyat düzeylerine yer verilirken ikinci sütunda her bir fiyat düzeyinde talep edilen kalem miktarlarına yer verilmiştir. Üçüncü sütunda ise arz edilen kalem miktarları yer almaktadır. Dördüncü sütunda ise her bir fiyat düzeyinde arz ve talep arasındaki farklar belirlenmektedir. Beşinci sütunda ise dördüncü sütundan hareketle kıtlık artık ve denge durumları tanımlanmıştır. Daha sonra bu çizelgeden yararlanılarak aşağıdaki grafik oluşturulmuştur.

Talepteki Kaymalar:

Talebi etkileyen unsurların birinde meydana gelecek olan değişme talep eğrisini sağa kaydırırsa (örneğin tüketicilerin gelirindeki artış, ikame mallarının fiyatının yükselmesi, tamamlayıcı mal fiyatlarının düşmesi, tüketicilerin fiyatlarda artma beklentisine sahip olması, tüketicilerin zevk ve tercihlerinin mal lehine değişmesi), denge noktası değişecektir.

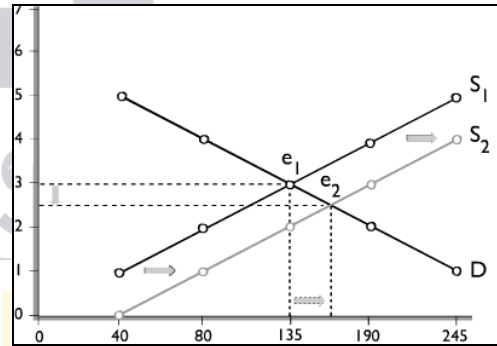


Talep Artışı: Denge fiyatı Yükselir Denge Miktarı Artar

Talep Azalışı: Denge Fiyatı Düşer Denge Miktarı Düşer

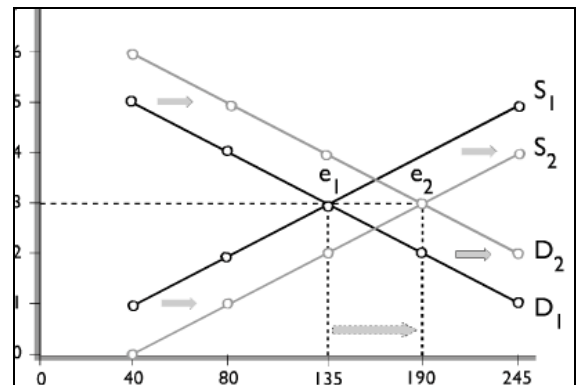
Arz Eğrisinde Kaymalar:

Arz eğrisini sağa kaydıracak bir gelişme olduğunda (örneğin maliyetlerin düşmesi, teknolojik gelişme, üreticilerin fiyatlarda artış beklentisi içerisinde girmesi, üretime uygulanan sübvansiyonların artırılması gibi), veri bir talep eğrisi durumunda, denge miktarı artacak, buna karşın denge fiyatı düşecektir.



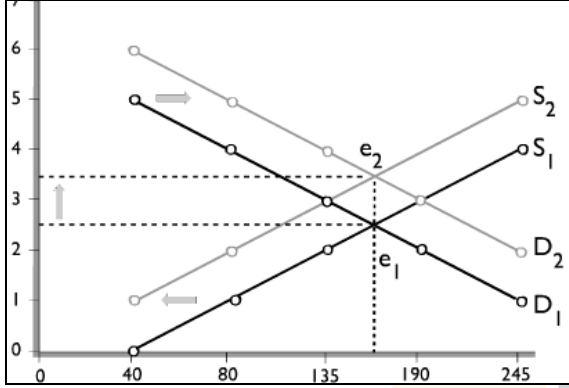
Arz ve Talep Eşanlı Kaymalar;

Arz ve Talepte Aynı Miktarda Artış: Arz ve talep aynı anda ve aynı miktarda artarsa, denge fiyatı değişmezken denge miktarı artmaktadır.



Arz ve Talep Eğrilerinde Ters Yönlü Kayma: Arz Azalırken, Talep Artarsa Denge

Arz azalırken talep artarsa ve her iki eğri de aynı miktarda yer değiştirmiyorsa, denge işlem hacmi değişmemesine karşın denge fiyatı yükselmektedir. Yeni oluşan denge noktasına (e_2) göre işlem hacmi sabit kalırken denge fiyatı yükselmektedir.



TALEP VE ARZ ESNEKLİKLERİ

Öncelikle esneklik ile ne ifade edilen nedir?

Bir iktisadi değişkenin bir başka iktisadi değişkene karşı duyarlılığının ölçümüne **Esneklik** denir. Daha önceki konularda arz ve talep kanunları gereği bir malın fiyatı değiştiğinde arz ve talep edilen miktarların değiştiğini görmüştük. Fakat miktardaki değişim her malda farklı olabilmektedir. Değişikliğin boyutlarının ortaya konulmasında kullanılan araç ise arz ve talep esnekliğidir. Tüketicilerin ve üreticilerin, ya da arz ve talep edenlerin fiyatlardaki değişmelere karşı duyarlılıklarının derecesini esneklik kavramı ile ölçeriz.

Talep konusunu incelerken bir malın talep miktarının malın fiyatı, diğer malların fiyatı, tüketicinin geliri gibi pek çok değişken tarafından belirlendiğini hatırlayalım.

Bunlardan, malın fiyatındaki değişimin talep miktarı üzerinde meydana getireceği değişimin ölçümünü

TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ olarak tanımlanır.

Diğer malın fiyatındaki değişimin malın talep miktarı üzerinde meydana getireceği değişimin ölçümüne

Talebin Çapraz Esnekliği denir.

Tüketici gelirinin malın talep miktarı üzerindeki değişiminin ölçümü ise **Talebin Gelir Esnekliği** olarak adlandırılır.

Talebin Fiyat Esnekliği Formülü:

$$Ed = \frac{\text{Talep Miktarındaki \% Değişme}}{\text{Malın Fiyatındaki \% Değişme}}$$

Talebin fiyat esnekliği hesaplandığında sonuç negatiftir (-). Nedeni, talep kanunu hatırlanırsa ; fiyat ve miktar arasındaki ilişkinin ters yönlü olmasıdır(Fiyat artarken talep miktarı azalır yada fiyat azalırken talep miktarı artar).

Talebin fiyat esnekliği hesaplandıktan sonra yorumlamak için daima mutlak değer içine alırız. Bundan ötürü **Talebin Fiyat Esnekliği 0 ile sonsuz arasında değerler alır.**

TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ ORTAYA ÇIKAN FARKLI DEĞERLERE GÖRE ŞU YORUMLAR YAPILIR:

Ed = 0 ise , Fiyatta meydana gelen değişme karşısında miktar hiç değişmemiştir.

Tam inelastik taleptir.

Ed = 1 ise, Fiyatta meydana gelen değişme karşısında miktar aynı oranda değişmiştir.

Birim Esnek taleptir.

Ed < 1 ise, Fiyatta meydana gelen değişme karşısında miktar daha az oranda değişmiştir.

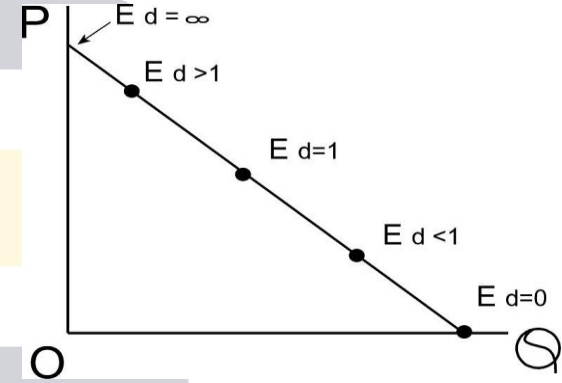
İnelastik yada **Esnek olmayan** taleptir.

Ed > 1 ise, Fiyatta meydana gelen değişme karşısında miktar daha fazla oranda değişmiştir.

Elastik yada **Esnek** taleptir.

Ed = ∞ ise, Fiyatta meydana gelen en ufak bir değişme talebi tümüyle ortadan kaldırıyor ya da aynı fiyat düzeyinde tüketicinin istediği kadar mal alınıp satılıyorsa **sonsuz esnek** talep denir.

Talep eğrisi Doğru Şeklinde ise; bu doğru boyunca Esneklik HER NOKTADA FARKLIDIR. Fiyat azalırken miktar arttıkça (talep doğrusunun aşağısına doğru gidildikçe) talebin fiyat Esnekliği azalır.



Buraya kadar anlatılan talebin fiyat Esnekliği açıklamaları **NOKTA ESNEKLİK** olarak kabul edilir.

Yine fiyat esnekliğini hesaplariken, Eğer talep eğrisi üzerindeki iki farklı nokta arasındaki ortalama Esneklik değerini hesaplamak istersek **YAY(ORTA NOKTA=ARK) ESNEKLİĞİ'NDEN** yararlanılırz.

YAY ESNEKLİĞİ: Talep eğrisi üzerindeki iki nokta arasındaki ortalama esneklik değerine denir.

Bir Malın Fiyat Esnekliğinin Belirleyen Unsurlar Şunlardır:

1. Mala duyulan ihtiyacın şiddeti ne kadar fazla ise esneklik azdır.

Duyulan ihtiyacın şiddeti bakımından mallar, zorunlu mallar ve lüks mallar olmak üzere ikiye ayrılır. Zorunlu malların fiyatlarındaki değişme talep edilen miktar fazla etkilemez. Bireyler ekmek fiyatı yükseldiği zaman ekmek tüketimlerini azaltamazlar. Tüketimin ertelenmesi mümkün olmayan zorunlu mallarda talep esnekliği düşüktür. Dikkat edilirse tarımsal ürünler yaşamsal öneme sahip ürünlerdir ve talep esneklikleri düşüktür. Çiftçiler fazla ürün elde ettiklerinde fiyatlar düştüğü için hasılat kaybı ile karşılaşılır

2. Mal ya da hizmetin ikamesi yok ise esnekliği azdır.

Bir mal veya hizmet için ikame edilebilir mallar veya hizmetler varsa ve bunlarne derece kolay ikame edilebilirse, o mal veya hizmetin esnekliği o derece fazla olur. Örneğin petrol yerine başka bir malın ikamesi güç olduğundan petrol talebi esnek değildir. İnelastik talebe sahip bir başka ürün de tuzdur. Eğer tuzun fiyatı artarsa tüketiciler hala aynı miktarda almaya devam ederler. Çünkü tuzun bir ikamesi yoktur. Yani tüketiciler tuz fiyatındaki değişmeye karşı duyarlı değildir. Buna karşın ulaşım hizmetlerinden taksiye olan talebin esnek olması beklenir. Taksi yerine ikame edilebilecek otobüs, minibüs, tramvay gibi birçok alternatif mevcuttur.

3. Mala yapılan harcamanın tüketici bütçesi içindeki payı ne kadar önemsiz ise esneklik azdır.

Bir mal veya hizmet için tüketicinin bütçesinden ayrılan oran bu mal veya hizmetin esnekliğini belirleyen önemli bir faktördür. Tüketici bütçesinde çok küçük bir oran oluşturan ürünler, bütçede nispeten yüksek oran oluşturan ürünlere göre daha düşük esnekliğe sahiptirler. Örneğin karabiberin fiyatı iki katına çıksa, tüketicilerin talep edeceği karabiber miktarı fazla azalmaz. Çünkü karabiber için harcanan para tüketicilerin bütçesinde çok küçük bir paya sahip olup, fiyatta önemli bir artış bile olsa tüketicilerin talep edecekleri karabiber miktarını pek azaltmaz.

4. Fiyat değiştikten sonra geçen süre artıçça esneklik daha yüksek(fazla) olabilir.

Örneğin 1974 yılında OPEC'in üye ülkelerin petrolden elde ettikleri geliri arttırmak amacıyla petrol fiyatlarına yaptığı büyük zammı ele alalım. Fiyattaki artış nedeniyle talep edilen miktardaki azalmanın tümü hemen gerçekleşemez. Bunun nedeni petrol fiyatları artar artmaz petrol ve petrol ürünleri kullanılan birçok yerde mevcut yapının hemen değişmemesidir. Uzun dönemde talep edilen miktardaki azalma kısa dönemdeki azalmadan daha fazla olur. Uzun dönemde çok benzin tüketen büyük arabaların yerine az benzin tüketen küçük arabalara geçilir. Fuel-oil kullanan apartmanlar veya fabrikalar alternatif enerji kaynakları kullanmaya zaman içinde yavaş yavaş geçerler.

Fiyat Esnekliği Ve Toplam Hasılat

Bir mal için tüketicilerin yaptığı toplam harcama, aynı zamanda o malın üreticilerinin toplam satış hasılatıdır. Yapılan toplam harcama malın satış fiyatı ile satılan mal miktarının çarpımına eşittir. Talebin fiyat esnekliği ile yapılan toplam harcama arasında sıkı bir ilişki vardır. Fiyatlarda meydana gelen değişikliğin toplam satış hasılatını nasıl etkileyeceğine

ancak talebin fiyat esnekliğine bakarak cevap verilebilir.

$$\text{Toplam Hasılat} = \text{Fiyat} * \text{Miktar}$$
$$(TR = P * Q)$$

Esneklik	Fiyat	% Değişimi	Toplam Hasılat
1) Ed >1	P	Artarsa	AZALIR
	P	Azalırsa	ARTAR
2) Ed=1	P	Artarsa	DEĞİŞMEZ
	P	Azalırsa	DEĞİŞMEZ
3) Ed <1	P	Artarsa	ARTAR
	P	Azalırsa	AZALIR

TALEBİN GELİR ESNEKLİĞİ: Tüketicinin gelirinde değişiklik olduğunda, talep edilen miktarda yarattığı değişikliği ölçen katsayıya Talebin Gelir Esnekliği denir.

$$Eg = \frac{\text{Talep Miktarındaki \% Değişme}}{\text{Gelirdeki \% Değişme}}$$

Ortaya çıkan Gelir Esnekliği sonuçlarına göre FARKLI YORUMLAR yapılır.

Öncelikle **Eg değerinin pozitif(+)** yada **Negatif (-)** olmasına göre mallarına **Normal** yada **Fakir(düşük)** mal ayırımı yapılır.

Eğer **Eg < 0** ise **Gelir esnekliği negatif**, mal **Fakir(düşük)** maldır. (Talep gelir ile ters yönde değişiyorsa)

Eğer **Eg > 0** ise **Gelir Esnekliği pozitif**, mal **Normal** maldır.(Talep gelir ile aynı yönde değişiyorsa)

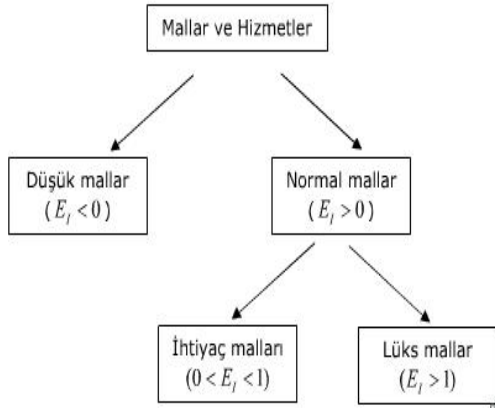
NORMAL MALLAR DA KENDİ İÇİNDE 3' e AYRILIR:

Eg > 1 ise **Lüks ve Kültürel mallar**

Eg = 1 ise **Eğitim, sağlık, konut gibi mallar**

Eg < 1 ise **Zorunlu tüketim malları ve zorunlu gıda malları**

Malları gelir esnekliklerine göre şöyle gruplandırabiliriz :



TALEBİN ÇAPRAZ ESNEKLİĞİ : Bir malın talebi ile ilgili diğer malın fiyatı değiştiğinde, fiyatı sabit olan malın talep miktarındaki değişimi ölçen katsayıdır.

$$E_{ç} = \frac{\text{Talep edilen miktardaki \% Değişim}}{\text{Diğer malın fiyatındaki \% Değişim}}$$

Talebin çapraz esnekliği sonucuna bakarak bu malların ikame ya da tamamlayıcı mallar olduğunu söyleyebiliriz.

Eğer $E_{ç} > 0$ ise Diğer malın fiyatı artarken, malın(fiyatı sabit olan) talebi artıyorsa ya da Diğer malın fiyatı azalırken, malın(fiyatı sabit olan) talebi azalıyorsa **ikame mal'lardır**. Çay ve Kahve gibi.

Eğer $E_{ç} < 0$ ise Diğer malın fiyatı artarken, malın(fiyatı sabit olan) talebi azalıyorsa ya da Diğer malın fiyatı azalırken, malın(fiyatı sabit olan) talebi artıyorsa **Tamamlayıcı mal'lardır**. Benzin ve Otomobil gibi.

Fiyat Esnekliği

Tam Esnek	∞	Fiyatta küçük bir artış (veya azalış) talepte çok büyük miktarda azalışa (veya artışa) neden olur
Esnek	$1 < \pi < \infty$	Fiyatta artış (veya azalış) talepte daha büyük azalışa (veya artışa) neden olur.
Birim Esneklik	$\pi = 1$	Fiyatta artış (veya azalış) talepte artışa (veya azalışa) eşittir.
Esnek Değil	$\pi < 1$	Talepteki azalma (veya artma) fiyattaki artmadan (veya azalma) küçüktür.
Tam Esneksizlik	$\pi = 0$	Bütün fiyatlarda talep miktarı değişmemektedir.

Gelir Esnekliği

Esnek (Normal Mal)	$\pi_y > 1$	Talep edilen miktarda yüzde artma (veya azalma) gelirdeki yüzde artış (veya azalış)tan daha büyüktür.
Esneksizlik (Normal Mal)	$0 < \pi_y < 1$	Talep edilen miktarda yüzde artma (veya azalma) gelirdeki yüzde artış (veya azalış)tan daha küçüktür.
Negatif Gelir Esnekliği (Düşük Mal)	$\pi_y < 0$	Gelir arttığında (azaldığında) talep edilen miktar azalır (artar).

Çapraz Esneklik

Tam İkame	$\pi_c = \infty$	Fiyatta küçük bir artış (veya azalış) diğer malın talebinde çok büyük bir artışa (veya azalışa) neden olur.
İkame	$\pi_c < \infty$	Fiyatta artış (veya azalış) diğer malın talebini artırır (veya azaltır).
Bağımsız	$\pi_c = 0$	Talep diğer malın fiyatından bağımsızdır.
Tamamlayıcı	$\pi_c < 0$	Diğer malın fiyatı arttığında (azaldığında) malın talebi azalır (artar).

ARZ ESNEKLİĞİ: Üreticilerin fiyat değişimine duyarlılığın ölçümünü gösteren katsayıdır. Arz esnekliği Formül ile şu şekilde gösterilir:

$$E_s = \frac{\text{Arz edilen mal miktarındaki \% Değişim}}{\text{Fiyattaki \% Değişim}}$$

ARZ ESNEKLİĞİNİ BELİRLEYEN UNSURLAR Arzın fiyat esnekliğini etkileyen dört önemli etken vardır. Bu etkenler; üretimde ikame edilebilir mal olup olmaması, Stoklanabilme özelliği, üretim sürecinin karakteristiği ve maliyet yapısı ve zamandır. Şimdi bunları teker teker inceleyelim.

1) Üretimde ikame edilebilir mallar olup olmaması: Üretimde ikame edilebilir mallar varsa arz esnek olacak, yoksa esnek olmayacaktır. Örneğin Karadeniz bölgesinde çiftçiler tarlalarında çay fındık mısır gibi çeşitli tarım ürünleri üretmektedirler. Bir tarım ürününün fiyatı diğerlerine göre arttığı zaman, eğer bu nispi fiyat artışının aynı kalacağı beklentisi varsa, yeni üretim mevsiminde fiyatı artmış olan üründen daha fazla, diğer ürünlerden ise daha az üretecektir. Çünkü çeşitli tarım ürünleri birbirinin rakibidir.

2) Stoklanabilme özelliği ve maliyeti : Bir mal kolayca stoklanabiliyorsa ve stoklama maliyeti düşükse, arz esnekliği yüksek olur. Kolayca bozulabilen, stoklama maliyeti yüksek olan malların ise arz esnekliği düşük olur. Kolayca stoklanabilen dayanıklı tüketim mallarının arz esnekliği yüksek, çabuk bozulabilen sebze meyve gibi gıda maddelerinin arz esnekliği düşüktür.

3) Üretilen mal miktarı arttıkça maliyetlerin nasıl değiştiği: Üretim arttıkça üretim maliyetleri fazla artmıyorsa arz esnek olacaktır. Buna karşılık üretim arttıkça üretim maliyetleri önemli derecede artıyor ise arz esnek olmayacaktır.

4) Zaman: Zaman faktörünün arz esnekliği üzerindeki etkisi taleptekinden daha önemlidir. Çünkü arz esnekliği üretim şartlarıyla yakın ilişki içindedir. Üretimde zaman içinde meydana gelebilecek değişikliklere göre arz esnekliği üç ayrı zaman dilimi açısından incelenebilir. Bu zaman dönemleri, çok kısa dönem, kısa dönem ve uzun dönem olarak sıralanabilir.

Üreticilerin arz miktarını piyasa şartlarına göre ayarlama olanağının olmadığı döneme çok kısa dönem ya da piyasa dönemi adı verilir. Piyasa döneminde arz miktarını değiştirmek mümkün olmadığından arz esnekliği sıfırdır.

Üreticilerin ya da firmaların üretimlerini üretim kapasitesi dahilinde sınırlı olarak arttırabildikleri döneme kısa dönem denir. Bu dönemdeki arz çok kısa döneme göre daha esnektir. Bu dönemde arz, eksik kapasite kullanımı söz konusu ise ancak arttırılabilir. Uzun dönem ise üretimi arttırabilmek için yeni yatırımların yapılabildiği ve tüm girdilerin değiştirilebildiği dönemdir. Bu dönemdeki arz esnekliği ise oldukça fazladır.

Kısa ve uzun dönem endüstriler arasında farklılık gösterir, örneğin perakende ticaret yapan bir firma için ölçeğin değiştirilmesi fazla süre almaz, tarımda arzın arttırılması bir mevsim gerektirir. Oysa büyük sanayi kuruluşları için bu olay iki üç yıllık süreyi alır.

Çok kısa dönem olan piyasa döneminde fiyattaki artışa sadece eldeki stoklarla cevap verilebilir, asla üretim miktarı arttırılmaz (Tam inelastik durum).

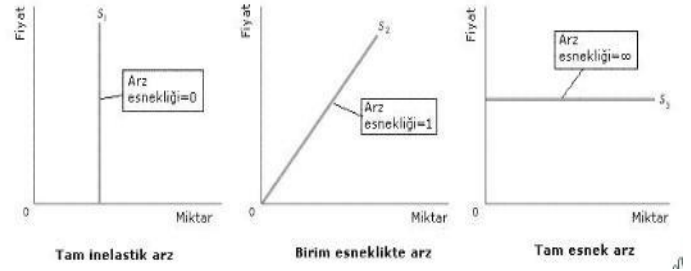
Kısa dönemde ise üretim kapasitesi elverdiğince üretim miktarı arttırılabilir(esneklik azdır/düşüktür).

Uzun dönemde ise, hem girdilerde hem de üretim kapasitesinde değişiklik yapmak mümkün olduğu için arz esnektir.

ÖNEMLİ NOT: Satıcılar açısından mal fiyatı ne kadar yükselirse o kadar fazla gelir ve kar elde edileceği anlamına geldiği için fiyat ve miktar değişimi daima aynı yöndedir(+).

Bir arz eğrisi boyunca farklı nokta esneklikleri hesaplanır. Ancak bunun dışında bütün arz eğrisi boyunca aynı esneklik değerinin söz konusu olduğu arz eğrileri vardır.

EĞRİ BOYUNCA ESNEKLİĞİN AYNI OLDUĞU ARZ EĞRİLERİ



Es=0 Fiyat değişimine arz cevap vermez

Es=1 Arz fiyat ile aynı oranda değişir

Es =∞ Aynı fiyat düzeyinde arz sonsuz miktardadır.

ARZ VE TALEP UYGULAMALARI

Ekonomistler arz-talep modelini kullanarak hem fiyatlar hakkında geçmişteki gözlemleri açıklarlar hem de farklı koşullar altında bu fiyatlardaki değişimleri tahmin ederler. Farklı koşulların oluşumunda hükümet politikaları önemli rol oynar. Bu politikalar aynı zamanda, serbest piyasa koşulları altında belirlenen denge durumundan sapmaların ortaya çıkmasına yol açarlar. Bu bölümde arz-talep modeli çerçevesinde çeşitli türlerdeki hükümet politikaları (fiyat, miktar kontrolleri ve vergileme) analiz edilecektir. Ekonomik birimlerden tüketicilerin ve üreticilerin refahını olumlu yönde etkilemek için hükümetin uyguladığı politikalar zaman zaman öngörülenin aksi yönde sonuçlar da ortaya çıkarabilmektedir. Arz-talep modeli çerçevesinde oluşan denge fiyatında gerek kaymalardan dolayı ortaya çıkan değişiklikler, gerekse hükümet politikaları sonucu oluşan farklılıklar, üretici ve tüketici refahında değişikliğe yol açacaktır.

Piyasa mekanizmasının işleyişiyle belirlenen fiyat ve ücret düzeyleri bazen alıcılar, bazen satıcılar bazen de emek piyasasındaki işgücü açısından olumsuz sonuçlar doğurabilir. Bu durumda hükümetin piyasaya müdahale etmesi gerekir. Bu müdahale seçenekleri arasında **fiyat kontrolleri, miktar kontrolleri ve vergi uygulamaları** yer alır. Bunları sırasıyla inceleyelim:

1) FİYAT KONTROLLERİ

Fiyat kontrollerinde genel bir ifadeyle, hükümetler yasa ya da düzenlemelerle belirli bir mal ya da hizmetin fiyatını tespit etmekte ya da fiyatlara sınırlama getirmektedir. Fiyat kontrollerini ele aldığımızda; taban fiyat uygulaması ve tavan fiyat uygulaması şeklinde ikiye ayırabiliriz.

Taban Fiyat Uygulaması Nedir?

Devlet bazen piyasalara müdahale ederek bazı mal, hizmet ve üretim faktörleri için denge fiyatının üstünde bir minimum fiyat belirler. Bu fiyata taban fiyat denir. Taban fiyatın uygulandığı en önemli sahalar bazı tarım ürünleri piyasaları ve emek piyasasıdır. Amaç; tarım ürünleri piyasasında çiftçileri korumak, emek piyasasında işçileri korumaktır.

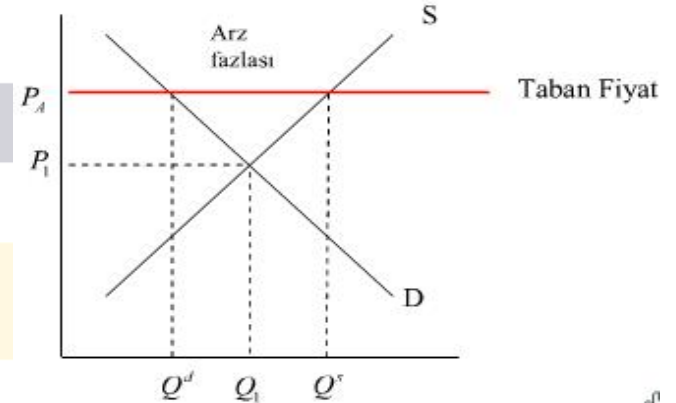
Devletin piyasaya müdahale ederek piyasa fiyatının üzerinde belirlediği minimum fiyattır.

Mal piyasasında olduğu gibi emek piyasasında da devletin müdahale ederek, bu kez işçileri korumak amacıyla piyasa ücret düzeyinin üzerinde minimum ücret belirlemesi de **Asgari Ücret Uygulaması**'dır.

Örneğin aşağıdaki şeklin tütün piyasasındaki dengeyi gösterdiğini varsayalım. Bu piyasada devlet müdahalesi olmaksızın fiyat P_1

düzeyinde oluşacaktır. Bu denge fiyat düzeyi olup arz ve talep eşitliği sağlanmıştır. Eğer hükümet bu fiyatı düşük bulup, bunun üzerinde P_4 düzeyinde bir taban fiyat belirlerse, ortaya arz fazlalığı çıkmaktadır. Bu fazlalığı hükümetin satın alıp stoklaması gerekmektedir. Gerek denge fiyatı üzerindeki fiyat, gerekse stoklama maliyetleri tüketicileri olumsuz yönde

etkilemektedir. Bu yüzden tütün dahil bazı tarımsal ürünler için hükümetler alternatif politikalarla arzı sınırlandırma yolları aramaktadırlar. Aşağıdaki şekilde, eğer taban fiyatı P_1 düzeyinde ya da altında belirlenmişse hiçbir bağlayıcı yanı olmamaktadır. Ancak, P_1 in üzerindeki fiyat arz fazlası oluşumuna neden olmaktadır.

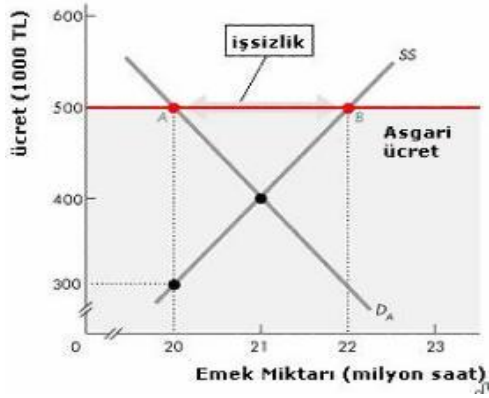


Türkiye'de devlet tütün, fındık, buğday ve çay gibi bazı ürünler için taban fiyatı uygular; ürünleri taban fiyattan satın almayı garanti eder. Üretici ürününü devlete veya devlet dışındaki alıcılara taban fiyatı üzerinden satar. Genelde arz fazlası devletin elinde kalır ve devlet bu arz fazlasını, daha düşük fiyata ihraç ederek, imha ederek veya askeri birlikler ile okullara dağıtarak elden çıkarmaya çalışır. Devlet diğer taraftan bazı ürünlerin ekim alanlarını sınırlandırarak arzı azaltmayı hedefler. Tarımsal ürünler için taban fiyat politikası devlete çok pahalıya mal olduğundan son yıllarda devletin tarımsal ürünler için taban fiyat politikası eleştirilere neden olmuştur.

Asgari Ücret : Asgari ücret taban fiyatın emek piyasasındaki uygulamasıdır. Eğer asgari ücret denge ücret düzeyinin altında belirlenirse herhangi bir etkisi olmaz. Yani asgari ücretle piyasa güçleri herhangi bir çelişkiye düşmez. Eğer asgari ücret denge ücret düzeyinin üzerindeyse piyasa koşulları ile çelişecek ve emek piyasası üzerinde bazı etkileri olacaktır. İşçiler tarafından arz edilen emek miktarı işverenlerin emek talebini aşacaktır. İşverenler istediklerinden daha fazla işçi çalıştırmaya zorlanamayacağından asgari ücrette istihdam edilen

işçi sayısı herhangi bir düzenlemenin olmadığı piyasadan daha düşük olacaktır. Bu etkileri aşağıdaki şekil üzerinde inceleyebiliriz.

Denge ücret düzeyinin saatte 400.000 TL olduğu durumda hükümetin asgari ücret olarak saatlik 500.000 TL belirlediğini varsayalım ve şekil üzerinde bunun sonuçlarını inceleyelim.



Şekilde asgari ücret 500.000 TL düzeyinde yatay eksene paralel çizilen kırmızı çizgi ile belirtilmiştir. Bu ücret düzeyinin altında bir ücret önermek yasal olarak mümkün değildir. 500.000 TL olan asgari ücret düzeyinde 20 milyon saatlik işgücü talep edilmektedir. Buna karşın arz edilen emek miktarı ise 22 milyon saattir. Yani 2 milyon saatlik emek istihdam edilememektedir. Arz edilen ve talep edilen emek miktarları arasındaki 2 milyon emek saati artık olacaktır. Emek piyasasındaki bu artık, işsizlik olarak tanımlanır.

Taban fiyat uygulamasının amacı nedir?

Mal piyasasında (tarım) amaç çiftçiyi korumak, emek piyasasında da işçiyi korumaktır.

Olumsuz sonucu: Taban fiyat uygulaması sonucu ürün fazlası ortaya çıkar ve hükümet de bu fazlayı satın alır.

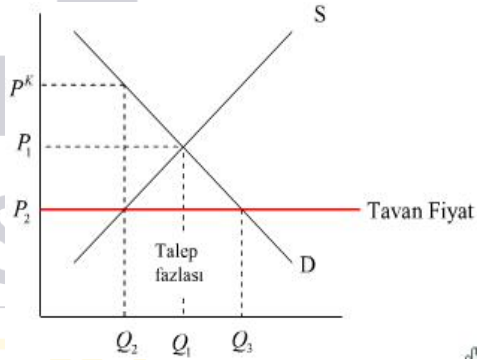
Asgari ücret uygulaması sonucunda ise, işsizlik ortaya çıkar.

Tavan Fiyat Uygulaması Nedir?

Devlet bazen piyasalara müdahale ederek bazı mal ve hizmetlerin satılabileceği maksimum fiyatları belirler. Bir mal veya hizmet için devletçe belirlenmiş maksimum fiyata **tavan fiyat** denir.

- Mal veya hizmet en fazla o fiyattan satılabilir, o fiyatın üstünde alınıp satılması yasaktır.
- Tavan fiyatı genellikle savaş ve kıtlık yıllarında bazı malların arzının az, dolayısıyla piyasa denge fiyatlarının yüksek olduğu durumlarda tüketicileri korumak amacıyla konur
- Piyasa denge fiyatının altında olur.
- Eğer tavan fiyatı denge fiyatının üzerinde belirlenmişse bağlayıcı hiçbir özelliği yoktur.

Örneğin ikinci dünya savaşı sırasında Türkiye savunmasını güçlendirmek ve herhangi bir saldırıya karşı hazır bulunmak amacıyla asker sayısını arttırmıştı. Genç nüfusun önemli bir kısmını askere alınması sonucu tarımsal üretim azalmış ve halk için en temel gıda maddesi olan ekmeğin fiyatı aşırı derecede artmıştı. Devlet tüketicileri ve özellikle alım gücü zayıf olan dar gelirli halkı korumak amacıyla ekmeğe tavan fiyatı koymuş ve talep edilen miktara göre üretimi az olan ekmeğin karne ile halka satılmasını sağlamıştı. Tabi bu arada bazı karaborsa durumlarının oluşmasının önüne geçilememiştir.



Denge fiyatının altında belirlenen bir tavan fiyat uygulamasında bazı sorunlar yaşanabilir. Bu sorunlardan ilki firmaların fiyatı düşük bulmalarından dolayı üretimi kısmaları ve bu mala ilişkin kıtlık ya da talep fazlası yaşanmasıdır. Yukarıdaki şekilde görüldüğü gibi P2 maksimum fiyat olarak belirlenmişse, denge fiyatının altında olduğu için Q3-Q2 kadar lık talep fazlası oluşacaktır

Tavan Fiyat Uygulaması Amacı Nedir? (Tüketiciyi korumak)

Olumsuz Sonuçları:

- 1) Kıtlık ya da talep fazlası oluşur,
- 2) Karaborsa oluşur,
- 3) Uzun kuyruklar ve zaman kaybı ortaya çıkar,
- 4) Üretimde kalitesizlik oluşur,

5) Tayınlama yapılır, (Her tüketici belirli miktarda malı satın alabilecek, daha fazlasını satın alamayacaktır.)

6) Karmaşa ve adam kayırmaya neden olur.

2) MİKTAR KONTROLLERİ

Devletin piyasa denge fiyatı ve miktarı üzerindeki kontrollerinden biri de miktar kontrolleri(Kota)dir.

Uygulama Alanları: Üretim ve uluslar arası ticarettir. Bundan ötürü Üretim Kotası ve İthalat Kotası olmak üzere ikiye ayrılır.

Üretim Kotası: Hükümetin mal ve hizmet miktarını sınırlayarak, tam rekabet şartlarında oluşan piyasa fiyatını üreticilerin yararına olacak şekilde artırmasıdır. **Fiyat kontrolünden en önemli farkı** devletin miktar kontrolüne yönelik olmasıdır.

Üretim Kotasının Amacı: Özellikle halk sağlığına zararlı ürünlerin miktarının sınırlandırılmasıdır. Bunun için de toplum sağlığını korumak amacıyla ilaç sanayinde kullanılacak maddeler devletin iznine tabidir.

İthalat Kotası: Hükümetin ithal edilecek mal hacmi üzerine uyguladığı fiziki miktar veya değer olarak getirdiği sınırlamalar ithalat kotası'dır.

Tahsisli İthalat Kotası: Özel ithalatçılar arasındaki kotalar belli kıstaslara göre dağıtılıyorsa tahsisli ihtisas kotası olarak tanımlanır.

Global Kota: Hükümetler sadece mal hacmini belirlemekle kalıp, ithalatın hangi ülkeden ve kimler tarafından yapılacağına karışmıyorsa Global Kota olarak tanımlanır.

Hükümetin Uyguladığı Kotaların Etkileri:

1) İthal edilen malların yurtiçindeki arzları kısıtlandığı için fiyatları yükselir ve tüketim yurtiçinde üretilen mallara yönelir.

2) İthalata rakip yurtiçi mallarının korunması sağlanır.

3) VERGİ UYGULAMALARI

3 tür vergiden söz edilebilir:

Spesifik (Miktarsal) Vergi: Belli bir miktar üzerinden alınan vergiler spesifik vergi'dir.

Örnek: Metrekare üzerinden ödenen emlak vergisi.

Advalorem (Oransal) Vergi: Gelirin bir yüzdesi olarak alınan vergi advalorem(oransal) vergi'dir.

Örnek:Kişisel gelir vergileri ve kurumlar vergileri.

Baş vergisi: Sabit miktarda vergiler olup ekonomik faaliyetlerden tümüyle bağımsız olan vergi Baş vergisi'dir. Örnek: Bir telefon şirketinin aldığı ve devlete ödenen iletişim vergisi.

Vergiler üretici ve tüketici için ek bir maliyet oluşturur. Bu durumda oluşan vergi yükünün üretici ve tüketici

arasında nasıl paylaşılacağı ise arz ve talep esnekliklerine bağlıdır. Arz ve talep esnekliklerine göre olan açıklama şu şekildedir:

$E_d > E_s$ ise verginin daha büyük bölümü üretici tarafından yüklenilir.

$E_d < E_s$ ise verginin daha büyük bölümü tüketici tarafından yüklenilecektir.

$E_d = \infty$ ise vergiyi tamamen üretici öder.

$E_d = 0$ ise vergiyi tamamen tüketici öder.

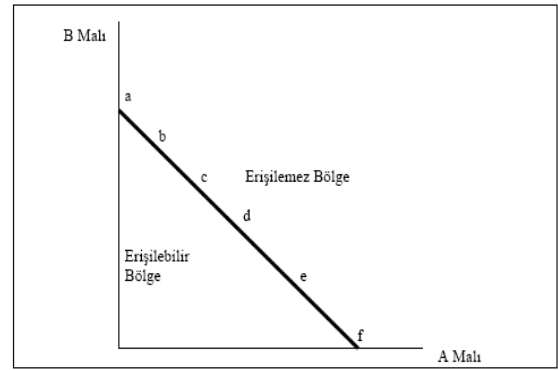
TÜKETİCİ DENGESİ

HANEHALKININ TERCİHLERİ

Hane halkının Tüketim Tercihleri

Hane halkının tüketim tercihleri iki faktör tarafından belirlenmektedir; a) Sınırlamalar, b) Mal Tercihleri

(Şekil 2).



Tüketim Olanakları

Sınırlamalar,

a) Gelir, b) Mal ve Hizmetin fiyatıdır.

Burada fiyatlar veri kabul edilmektedir. Yani tüketicinin piyasada oluşan fiyatı kabul ettiği, etkilemesinin olanaklı olmadığını varsayılmaktadır. Tercihler hoşlanıp hoşlanmama tercihidir. Bir mal veya hizmetten sağlanan tatmindir. Bu tatmin fayda olarak adlandırılmaktadır.

Fayda kavramı soyut bir kavramdır, hissedersiniz ama ölçülemeyebilir.

Faydanın ölçülüp, ölçülemeyeceği Neo klasik İktisat

(Mikro İktisat) içinde uzun bir tartışma konusudur.

Tartışmada taraflar kardinalist (sayısal) ve ordinalist (sıralamalı) okul olarak ikiye ayrılmaktadır.

Kardinal fayda kuramı marjinal fayda analizi olarak da adlandırılmaktadır. Buna göre,

1. Her malın faydası ölçülebilir. Fayda bir kardinal kavramdır. En uygun ölçü paradır.

Fayda tüketicinin başka mal birimlerine ödemeye hazır olduğu parasal birimlerle ölçülür. Tüketicinin bir birim ek mal için harcamak arzusunda olduğu para faydayı ölçmektedir

2. Paranın marjinal faydası sabittir (Marshall'ın varsayımı). Eğer bir parasal birim faydanın ölçülmesinde kullanılıyorsa, bu varsayım gerekmektedir. Çünkü standart ölçü değişmemelidir.
3. Azalan marjinal fayda geçerlidir. Birbiri ardına gelen mal birimlerinden elde edilen fayda giderek azalmaktadır.
4. Bir mal sepetinin toplam faydası tek tek mal miktarına bağlıdır.

Bazı kardinalist iktisatçılar ise, faydayı util adını verdikleri sübjektif birimle ölçülmesini önermişlerdir. Ordinalist yaklaşıma göre fayda ordinal büyüklüğe sahip ölçülemeyen olgudur. Çeşitli mal bileşimleri arasında seçim yapabilmek için tüketicinin her maldan ne kadar fayda elde edeceğini bilmesi gerekli değildir. Tüm gereken tüketicinin "mal demetlerini" her bir demetten elde ettiği fayda düzeyine göre bir sıralamaya tabi tutabilmesidir. Yani tüketici çeşitli mal demetleri arasında tercih sıralaması yapabilmelidir. Kayıtsızlık eğrileri ve açıklanmış tercihler yaklaşımı olmak üzere iki temel ordinal kuram vardır. Soğuk-sıcak, düz-kaba, sert-yumuşak gibi ölçülemeyen, ama hissedilen durumlar ordinalistlerin sıralamacı yaklaşımları için örnek verilebilir. Örneğin soğuk-sıcağa göre sıralama yapılabilir. Ordinalistlere göre, fayda açısından da daha az veya çok faydalı diye hissetme durumu geçerlidir. Ordinalistlere göre önemli olan tercihlerin tutarlılığıdır.

A (demeti, sepeti, mal bileşimi), B'ye B, C'ye tercih edilmişse A, C'ye tercih edilir. K isaca kardinal fayda yaklaşımına göre, azalan marjinal fayda ilkesi çerçevesinde fayda fiyatlar yoluyla ölçülebilir. Kardinal fayda savunucuları marjinalistler olarak adlandırılmışlardır. Ordinal fayda yaklaşımına göre, tek tek malların faydaları ölçülemez, tüketim malları demetinin tercihi söz konusudur.

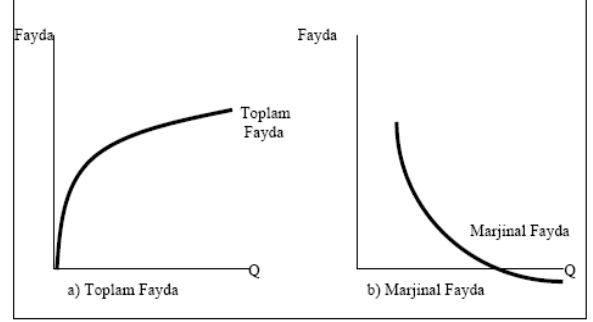
Tercihler ise, sıralanabilir (kayıtsızlık eğrileri). Bugün tüketici kuramı, daha çok ordinal fayda varsayımı üzerine gelişmiştir. Talep kuramında, azalan marjinal fayda (Kardinal varsayım) temel değildir. kardinalist, ordinalist fayda tartışmalarına fazla girilmeden, her ikisi de kullanılacaktır.

Toplam Fayda, Marjinal Fayda ve Tüketim

Toplam fayda (Şekil 3a) bir kişinin mal ve hizmet tüketiminden aldığı yarar veya tatmin toplamıdır. Toplam fayda (U) tüketim düzeyine bağlıdır.

Marjinal fayda (MU) (Şekil 3b), tüketilen mal miktarında bir birimlik artış sonucu toplam faydadaki değişimdir.

$$MU = \frac{\Delta U}{\Delta Q} \text{ olur.}$$



Şekil 3. Toplam ve Marjinal Fayda

Toplam ve marjinal fayda ilişkisine geçmeden kısaca toplam- marjinal-ortalama ilişkisinden söz etmek gerekmektedir. Buna göre,

1. Toplam büyüklük artıyorsa, marjinal büyüklük pozitifdir.
2. Toplam büyüklük düştüğünde marjinal büyüklük negatiftir.
3. Toplam büyüklük maksimum veya minimum olduğunda marjinal büyüklük sıfırdır
4. Ortalama büyüklük düştüğünde marjinal büyüklük doğrusu onun altındadır.
5. Ortalama büyüklük yükseldiğinde marjinal büyüklük onun üstündedir.
6. Ortalama büyüklük minimum veya maksimum olduğunda marjinal büyüklük ortalama büyüklüğe eşittir.

Şimdi fayda analizine tekrar dönebiliriz. Marjinal fayda tüketilen mal miktarı arttıkça azalmaktadır. (Şekil 3b). Bu, Azalan Marjinal Fayda olarak adlandırılmaktadır. Şekil 3b'de Marjinal Fayda pozitif, fakat mal tüketimi arttıkça azalmaktadır.

Fayda Maksimizasyonu

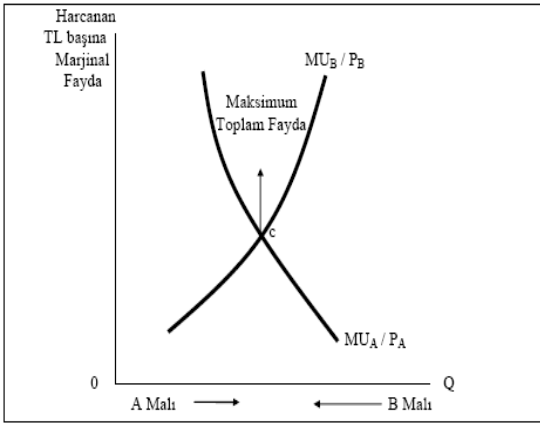
Fayda maksimizasyonu, olanaklı en büyük faydaya erişmektir. Tüketici dengesi, fayda maksimizasyonu yolu ile sağlanmaktadır. Buna göre tüketici, toplam faydasını maksimum kılacak biçimde gelirini dağıttığında dengesini gerçekleştirmektedir. Tüketicinin toplam faydasını maksimize edilmesinin yolu, TL başına her malın faydalarının eşit olmasıdır (marjinal analiz). Bir diğer ifade ile

$$\text{Harcanan TL başına marjinal fayda} = \frac{\text{Malın Marjinal Faydası}}{\text{Malın Fiyatı}}$$

Buradan hareketle, iki mal olsun, A ve B.¹

$$\frac{MU_a}{P_a} = \frac{MU_b}{P_b}$$

olduğunda toplam fayda maksimize olmaktadır. (Şekil 4) A malı elma, B malı kola olsun. Şekil 4' te sağa doğru A malının, sola doğru B malının miktarı artmaktadır. c'de TL başına marjinal faydaları eşittir. Bu formülasyon P = Marjinal fayda düşüncesinden hareketle çıkartılmaktadır. A'nın Marjinal faydası = A'nın fiyatı B'nin Marjinal faydası = B'nin fiyatıdır.



Şekil 4. TL Başına Marjinal Faydanın Eşitlenmesi

Marjinal Fayda ve Reel Dünya

Marjinal fayda kuramının varsayımları şunlardır:

- Tüketici veri gelire sahiptir ve veri fiyatlarla karşılaşır.
- Tüketici mal tüketiminden fayda sağlar.
- Tüketime her ilave mal fayda yaratır; marjinal fayda pozitifdir.
- Tüketicinin tükettiği mal miktarı artarken, marjinal fayda azalır

Bütün mallar için TL başına harcanan marjinal fayda eşit olduğunda fayda maksimizasyonu gerçekleşmekte ve bütün gelir harcanmaktadır.

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \dots = \frac{MU_N}{P_N} \text{ dir}$$

Tüketici Artığı

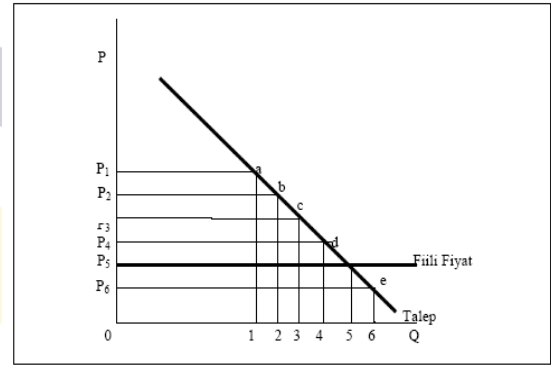
Marjinal fayda kuramından hareketle iki çıkarsamada bulunmak olanaklıdır,

- Ticaretten kazanç, b) Tüketici artığı.

Ticaretten kazanç karşılaştırmalı üstünlükler dolayısıyla ortaya çıkmaktadır. Tüketim miktarı

arttıkça, faydanın azalacağı belirtildi. Bu durumda artan mal miktarını az olan diğer malla değiştirmek, fayda artışı sağlayacaktır. Kısaca azalan marjinal fayda-değişim-fayda artışı ilişkisi kurulabilir.

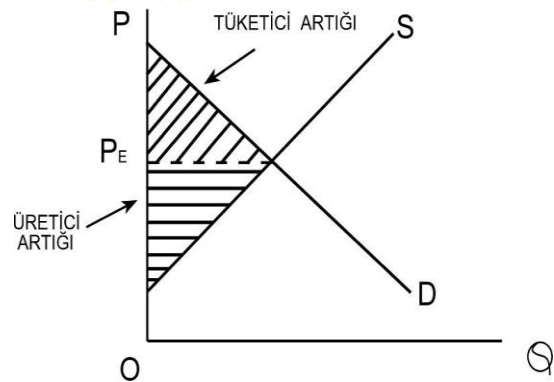
Tüketici artığı (Şekil 7) malın değeri ve fiyatı arasındaki farktır. Bu tanımlamada değer ve fiyat ayrımı ortaya çıkmaktadır. Değer, tüketicinin ödemeye istekli olduğu maksimum miktardır. Örneğin mal 2 birim olduğunda P2 fiyatı ödenmeye hazırdır. Ama P5 fiyatı ödenmektedir. Yani 5 birimde fiilen ödediği fiyat 2 birimde ödenmeye hazır olunan fiyattan düşüktür. Bundan dolayı malın değeri ve fiyatı farklıdır. Aradaki fark tüketici artığını doğurmaktadır. Kısaca tüketici artığının nedeni marjinal faydadır.



Şekil 7. Tüketici Artığı

ÜRETİCİ ARTIĞI (RANTI)

Tüketici artığının karşısı üretici artığıdır. Üretici artığı üreticinin satmaya istekli olduğu fiyat ve fiili fiyat arasındaki farktır. Üreticinin malının her birimini üretmek için kabul edebileceği minimum fiyat ile piyasa denge fiyatı arasındaki farka Üretici Artığı (Ranti) denir. Şekle bakarak söylediğimizde; Arz eğrisinin üzerinde piyasa denge fiyatının altındaki alan üretici artığıdır.



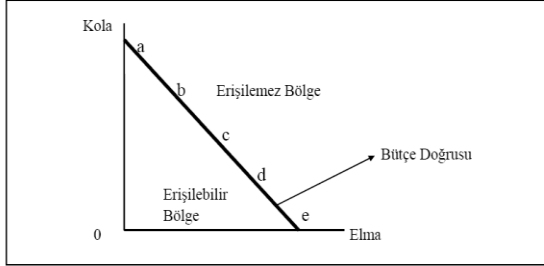
Tüketim Olanakları

Hanehalkı gelirini mevcut mal ve hizmetler arasında nasıl dağıtır? Soru bütçe doğrusundan hareketle yanıtlanabilir.

Bütçe doğrusu hanehalkının geliridir. Hanehalkının emek gelir dışında başka aktiflerinin getirisini olmadığı varsayılmaktadır. Örneğin serveti, faiz geliri yoktur. Daha sonra bu varsayım kısmen değiştirilecektir.

Burada gelir ve mal hizmetlerinin fiyatları veridir. Hanehalkının ve mal ve hizmetlerin fiyatlarını etkilemesi söz konusu değildir.

BÜTÇE DOĞRUSU



Şekil 1. Bütçe doğrusu

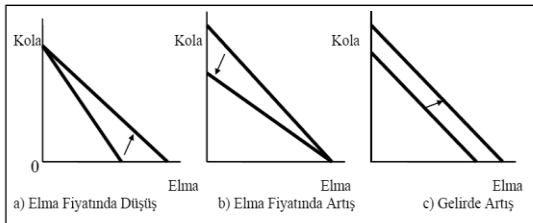
Bütçe doğrusu iki mallı dünya varsayımı çerçevesinde hesaplanacaktır. (Şekil 1). Gelir = Y, elma fiyatı = PM, kola fiyatı = PS, elma miktarı = QM, kola miktarı = QS olsun. Buradan, $PSQS + PMQM = Y$ dir. Gerekli düzenlemeler yapırsa;

$$Q_S + \frac{P_M}{P_S} Q_M = \frac{Y}{P_S} \quad Q_S = \frac{Y}{P_S} - \frac{P_M}{P_S} Q_M$$

Böylece, bütçe denklemi veri fiyatlar ve veri gelirden tüketimin sınırlarını açıklamaktadır. 'a' da bütün gelir kola, 'e' de elma tüketimine gitmektedir. Bütçe doğrusunun üstünde herhangi bir noktada tüketim olanaklı değildir. Çünkü gelir yetmemektedir (Erişilemez Bölge).

Bütçe doğrusunun eğimi, fiyat oranlarına, $\frac{P_a}{P_b}$ 'ye eşittir.

Fiyat ve Gelirde Değişmeler



Şekil 2. Fiyat, Gelir ve Bütçe Doğrusu

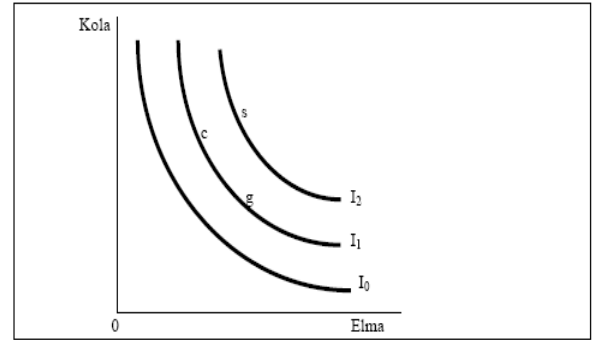
Fiyat ve gelirden değişmelerin sonuçları Şekil 2'den hareketle incelenebilir. Şekil 2a' da elma fiyatında düşüş sonucu, bütçe doğrusu daha fazla elma tüketimi doğrultusunda kaymaktadır. Şekil 2b'de kola fiyatının yükselmesi sonucu bütçe doğrusu daha az kola tüketilebilir doğrultusunda kaymaktadır. Şekil 2c'de

gelir artışı sonucu (fiyatlar değişmiyor), bütçe doğrusu paralel olarak kaymaktadır.

Kısaca, bütçe doğrusu veri gelir ve fiyatlar varsayımı altında hanehalkının tüketiminin maksimum miktarını belirlemektedir. Bir malın fiyatı değiştiğinde bütçe doğrusunun eğimi değişmektedir. Gelir değiştiğinde bütçe doğrusu kaymakta, ama eğimi değişmemektedir

Kayıtsızlık eğrisi,

iki malın bütün bileşimlerini göstermektedir. Eğri üzerinde tüketici eşit tatmin sağlar. Bir tercih haritası ise sayısız kayıtsızlık eğrilerinden oluşmaktadır. Her eğri kayıtsız durumu göstermektedir. Daha yüksek eğri, daha aşağıdaki eğriye göre daha çok tatmin sağlamaktadır. Bundan dolayı tüketici 's'yi, 'c' ve 'g' ye göre tercih etmektedir. 'g' ve 'c' arasında ise kayıtsızlık durumu vardır. Kayıtsızlık eğrileri birbirlerini kesmezler. Kestikleri takdirde tutarsızlık olacaktır. Daha önce belirtildiği gibi A, B' ye, B, C' ye tercih edilirse A, C' ye tercih edilmelidir. Kesme durumunda C, A' ya tercih edilebilir. Bu ise fayda yaklaşımının temel varsayımlarına aykırıdır. Kayıtsızlık eğrileri dışbükeydir, negatif eğimlidir.



Kayıtsızlık eğrileri elde edilirken tüketicinin aşağıdaki varsayımlarda bulunduğu kabul edilmektedir;

- Tercihler tamdır. Tüketici iki mal sepeti ile karşılaştığında, birini diğerine tercih eder veya aralarında kayıtsızdır. A sepeti, B'ye tercih edilirse, B, A'ya tercih edilirse, Tüketici A ve B sepeti arasında kayıtsızdır. Ayrıca, tercihler sıralanabilir.
- Tercihler dönüşlü (reflexive) dür. A=B ise, A, B'den farksızdır.
- Tercihler geçişlidir. A, B'ye; B, C'ye tercih edilirse, A, C'ye tercih edilir. Tüketici A ve B, B ve C arasında kayıtsızsa, A ve C arasında da kayıtsızdır.
- Tercihler süreklidir. e. Tercihler doyumsuzdur. Çok daha iyidir.
- Kayıtsızlık eğrileri azalan marjinal ikame oranı özelliği gösterirler.

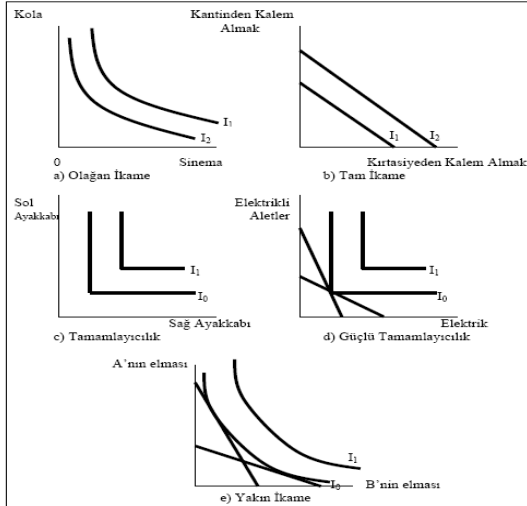
Özellikleri:

- 1) Negatif eğimlidir. Çünkü, aynı fayda düzeyini koruyabilmek için bir maldan alınan miktar azaltılırken diğerinden alınan miktar artar.
- 2) Birbirlerini kesmezler. Tüketici tercihlerinde tutarlıdır.
- 3) Bir kayıtsızlık eğrisi üzerindeki her noktada aynı düzeyde fayda elde edilir. Orijinden uzaklaştıkça çizilen her eğride fayda düzeyi artar.
- 4) Orijine dışbükeydir. Nedeni azalan marjinal ikame orandır. Azalan marjinal ikame oranı şöyle açıklanır: Tüketicinin mallardan birinden 1 birim daha fazla alırken aynı fayda düzeyinde kalabilmek için diğerinden vazgeçmesi gereken miktarı gösteren Marjinal İkame Oranı (MRS) giderek azalır.

Marjinal ikame oranı, bireyin kayıtsızlığını değiştirmeden, aynı kayıtsızlık eğrisi üzerinde, bir maldan daha fazla tükettiğinde, diğer maldan ne kadar vazgeçmeye istekli olduğunu göstermektedir

$$MRS = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

İkame derecesi mallara göre değişir. Örneğin iki farklı marka bilgisayar arasında yakın ikame vardır. Tam ikame durumunda MRS sabittir. Tamamlayıcılık durumunda ikame yoktur. Kayıtsızlık eğrileri L şeklindedir



Seçim

Tüketici en iyi erişilebilir noktayı bulmak isteyecektir. En iyi erişilebilir noktayı belirleyen etkenler,

a) bütçe doğrusu, b) en yüksek erişilebilir kayıtsızlık eğrisidir.

En iyi erişilebilir nokta bütçe doğrusu dışında olamamaktadır, çünkü gelir veridir. En yüksek erişilebilir nokta, kayıtsızlık eğrisi üzerindedir. Bu noktada bütçe doğrusu ve kayıtsızlık eğrisinin eğimi

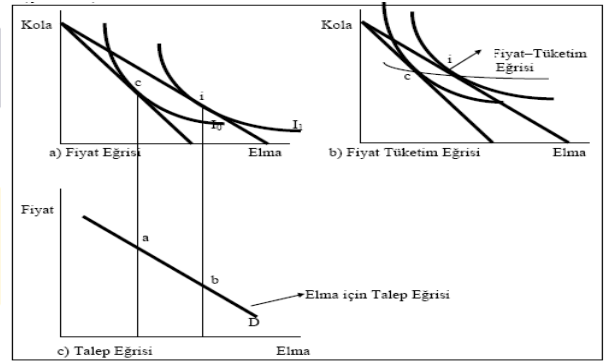
birbirine eşittir. Kayıtsızlık eğrisinin eğimi, marjinal ikame oranına eşittir. Burada MRS, iki malın fiyatları oranına eşittir. O halde

$$\frac{P_a}{P_b} \text{ bütçe doğrusunun eğimidir.}$$

Zevk ve tercihler tüketici dengesinin, en iyi erişilebilir noktasını farklı kılabilir. Örneğin İngilizlerin çaya, Fransızların kahveye olan düşkünlüğü bilinmektedir. Bundan dolayı denge noktaları da farklı olacaktır

Fiyatta Bir Değişme

Fiyat etkisi, tüketilen bir malın fiyatında değişimin etkisidir



Şekil 14. Fiyat Etkisi ve Talep Eğrisi

Gelir veri iken elma fiyatı düşsün. Bu durumda elmaya yönelik bireyin talep eğrisi üzerinde değişme olmaktadır. (a 'dan b 'ye doğru) Değişme talep eğrisi üzerindedir. Çünkü diğer etkenler veri kabul edilmiştir. Elma tüketimi artacaktır. Elmanın talep eğrisi, teğet noktalardan geçen **fiyat-tüketim eğrisinin izdüşümü** olarak elde edilmektedir

Gelirde Değişme

Gelirde değişimin etkisi (fiyatlar veri iken) normal ve düşük mallar için farklıdır. Normal mallarda gelir etkisiyle talep artarken, düşük mallarda azalmaktadır. Normal mallarda (elma ve kola) gelir etkisiyle birlikte talep de artmaktadır. Pirinç düşük maldır. Gelir artarken talebi düşmektedir. Gelir değişmeleri sonucu, kayıtsızlık eğrilerine teğet olan noktaların **birleştirilmesi gelir genişleme yolunu vermektedir.**

Gelir genişleme yolu, malların normal ve düşük mal olmasına göre değişmektedir. Gelir genişleme yolu vasıtasıyla Engel Eğrisi elde edebilir. Engel eğrisi, gelir ve bir mal üzerine yapılan harcama ilişkisini göstermektedir (Şekil 17).

ÜRETİM VE MALİYET

Üretim faaliyetinden kasıt, bir işletmenin üretim faktörlerini (yani, emek, sermaye ve toprağı) ve ara malı girdilerini kullanarak, belli bir teknoloji aracılığıyla mal ve hizmet üretiminde bulunma sürecidir. Bir otomobil fabrikasını ele alalım. Nihai ürün olarak bir otomobilin üretilmesine değin bir dizi faaliyet söz konusu olur. Otomobilin üretiminde kullanılacak ara malı girdileri (demir çelik, lastik, elektrik aksamı, makine teçhizat, boya malzemesi gibi) iş gücüyle harmanlanır. Üretimin planlanması sürecinde söz konusu girdilerin ve faktörlerin fiyatları otomobilin satış fiyatını belirler. Üretimin teknolojisi ise söz konusu girdilerin nihai ürün olarak otomobile dönüştürülmesi işlemini yansıtır.

Firmanın amacı kar maksimizasyonudur. Kar maksimizasyonu olanaklı ölçüde en büyük karı elde etmektir. Firma kıt kaynakları kullanarak, kar maksimizasyonunu elde etmeye çalışmaktadır. Kar maksimizasyonu rekabet ortamı içinde sağlanmaktadır. İzleyen ana bölümde göreceğimiz gibi kar maksimizasyonu için ana kural, marjinal hasılat (MR), marjinal maliyet (MC) eşitliğinin gerçekleşmesidir.

Bir üretim fonksiyonu (maksimum üretim miktarı) şu değişkenlere bağlı olarak yazılır:

$$Q = f(L, K, T, t)$$

L:Emek

K:Sermaye

T:Doğal kaynaklar

t:Teknoloji

Üretim iki döneme ayrılarak incelenir. Bunlar:

- 1) Kısa dönem
- 2) Uzun dönem

Teknoloji sınırlamalarında kısa ve uzun dönem ayrımı önemlidir.

Kısa dönem, en az bir girdinin sabit, diğer girdilerin değiştiği zaman dilimidir

Uzun dönemde ise bütün girdiler değişmektedir. Kısa dönemde değişmeyen girdiler sabit girdiler, değişebilenler ise değişebilir girdiler olarak adlandırılmaktadır

Kısa Dönem Teknoloji Sınırlaması

Kısa dönemde değişebilir girdi emektir. Diğer girdiler veridir. Kısa dönem teknoloji sınırlaması, veri ek çıktı için ne kadar ek değişebilir girdi gereklidir sorunudur. Kısa dönemde değişebilir girdi ve miktar ilişkili incelenmektedir. İlişki toplam ürün, marjinal ürün ve ortalama ürün çerçevesinde ele alınacaktır

Toplam ürün eğrisi, sermaye veri iken, değişebilir girdi miktarı ile erişebilir maksimum çıktıyı göstermektedir. Erişebilir bölgede teknoloji etkin değildir. Çünkü daha fazlasının üretmek olanaklıdır. Yalnız eğri üzerinde teknolojik etkinlik geçerlidir.

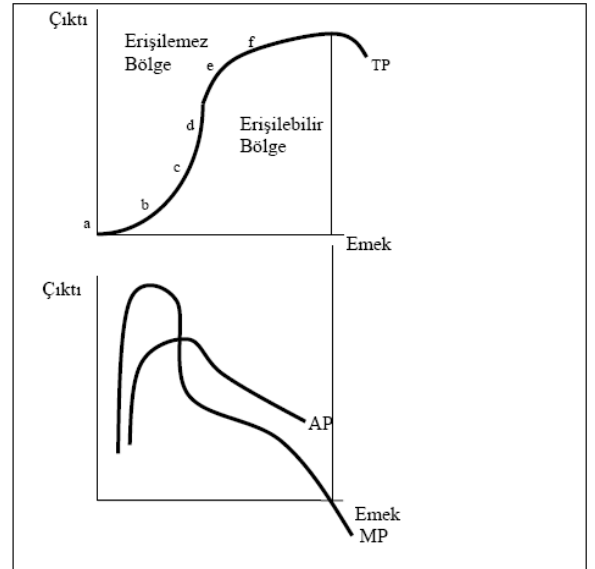
Emeğin Marjinal Ürünü (MP),

Sermaye sabitken, emek bir birim arttırıldığında toplam üründe meydana gelen değişmedir. Emeğin marjinal ürünü, emeğe (L) bağlı olarak toplam ürünün türevidir. Toplam ürün eğrisinin eğimidir. Marjinal ürün (MP) ve marjinal fiziksel ürün (MPP) aynı şeydir.

Ortalama Ürün (AP): Üretimde kullanılan bir birim emeğin ürettiği mal miktarına Ortalama Ürün denir

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L} \text{ dir. Ortalama ürün, } AP = \frac{TP}{L} \text{ dir.}$$

Marjinal ürün (MP), ortalama ürün (AP) den büyük ise AP artıyor demektir. MP < AP ise AP azalmaktadır



Kısa Dönem Üretim ile ilgili Önemli Notlar:

- 1) Marjinal ürün artarken toplam ürün artan oranda artar (Artan verim)
- 2) Marjinal ürün artarken ortalamanın da değerini artırır.
- 3) Marjinal ürün ortalama ürünü maksimum noktasında keser
- 4) Marjinal ürün azalırken toplam ürün azalan oranda artar (Azalan verim)
- 5) Toplam ürün maksimum olduğunda Marjinal Ürün=0
- 6) Marjinal ürün negatif değer alırken toplam ürün azalmaktadır.

Kısa Dönemde Geçerli Olan Kanun, Azalan Verimler Kanunu'dur. Bu kanuna göre, değişken girdi miktarı artırıldıkça bunun toplam üretime katkısı (değişken faktörün verimi) azalır.

Uzun dönemde geçerli olan ise, Ölçeğe göre getiri'dir. Tüm faktörler ve ölçek değiştiğinde ortaya çıkan:

- 1) Ölçeğe göre sabit getiri: Ölçek artarken getirinin aynı kaldığı/değişmediği durum.
- 2) Ölçeğe göre artan getiri: Ölçek artarken getiri de artıyorsa
- 3) Ölçeğe göre azalan getiri: Ölçek artarken getiri azalıyorsa.

MALİYET

Ekonomik Maliyetler: Firmanın, sahip oldukları girdileri firmaya satmaları karşılığında, girdi sahiplerine yaptıkları ödemelerdir.
Ekonomik Maliyet = Açık Maliyet + Örtük Maliyet

Açık Maliyet (Muhasebe Maliyeti): Firma tarafından faktör sahiplerine ücret, faiz, rant veya ara mallarına yapılan doğrudan ödemelerdir.

Örtük Maliyet: Üretimde kullanılan fakat bu kullanım karşılığında hiçbir parasal ödeme yapılmayan kaynakların değeridir. Firma sahiplerinin kaynaklarını firma üretiminde kullanarak başka bir üreticiye sunamamalarından kaynaklanan fırsat maliyetlerden oluşur.

Üretim Maliyetleri

Kısa ve Uzun dönem maliyetler olarak ikiye ayrılır.

Kısa Dönem Maliyetler:

1)Toplam Maliyet =

Toplam Sabit Maliyet + Toplam Değişken Maliyet
 $TC = TFC + TVC$

a)**Toplam Sabit Maliyet (TFC):** Üretime başlamadan önce gerçekleştirilen harcamaları kapsar. Hiç üretim olmasa da bu maliyetler vardır. Firmanın sabit üretim faktörleriyle ilgili olan maliyetidir. Örnek: Makinelerin satın alınması, kiralanması, binanın satın alınması ve kiralanması gibi.

b)**Toplam Değişken Maliyet (TVC):** Üretime başlandığı andan itibaren ortaya çıkan maliyetlerdir. Üretim yapılmadığı taktirde toplam değişken maliyet sıfır'dır. Firmanın bütün değişken girdilere yaptığı ödemeler toplam değişken maliyetleri oluşturur.

Üretim yokken toplam maliyet sadece toplam sabit maliyetlerden oluşur. $TC=TFC$

2) **Ortalama Maliyet** =Ortalama Sabit Maliyet + Ortalama Değişken Maliyet 'den oluşur.

$$AC = AFC + AVC$$

Ortalama Maliyet: Üretilen bir birim malın (çıktının) maliyetidir. Toplam maliyetin üretilen mal (çıkıtı) miktarına bölünmesiyle elde edilir.

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

a) **Ortalama Sabit Maliyet(AFC):**Üretilen bir birim ürün(çıkıtı) başına sabit maliyete denir.

$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$

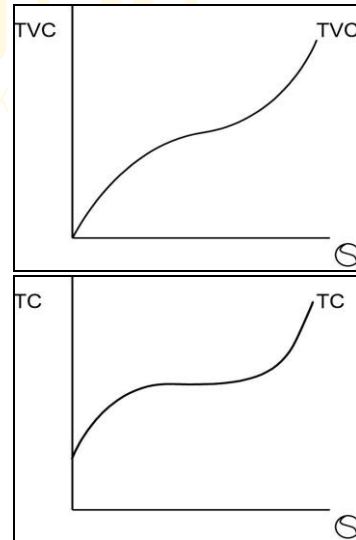
b)**Ortalama Değişken Maliyet:** Üretilen bir birim ürün(çıkıtı)başına değişken maliyete denir.

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

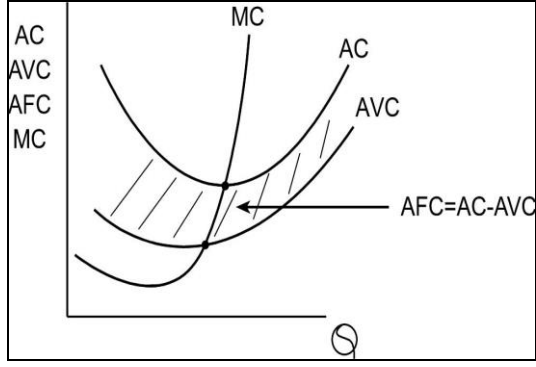
3)**Marjinal Maliyet:** Üretim miktarında bir birim değişiklik olduğunda toplam maliyette meydana gelen değişiklik gösterir. Toplam maliyet fonksiyonunun birinci türevi alındığında ya da toplam maliyet eğrisine çizilen teğetin eğimi marjinal maliyeti verir.

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

Kısa Dönem Maliyet Eğrilerinin Şekilleri:



Ortalama Toplam Maliyet(AC), Ortalama Değişken Maliyet(AVC), Ortalama Sabit Maliyet, Marjinal Maliyet



Önemli Notlar:

Ortalama Değişken Maliyet(AVC), Ortalama Toplam Maliyet(AC) ve Marjinal Maliyet(MC) Eğrilerinin şekli "U" dur.

Ortalama toplam maliyet(AC) ile ortalama değişken maliyet(AVC) arasındaki fark ortalama sabit maliyeti(AFC) gösterir. $AFC=AC - AVC$

Marjinal maliyet azalırken ortalama maliyet de azalır. Marjinal maliyet ortalama maliyeti minimum noktasında kestikten sonra artmaya başlar, ortalama maliyet de artar.

(Diğer bir ifade ile, marjinal maliyet değeri ortalama maliyet değerinden düşük ise ortalama maliyet değeri azalır. Marjinal maliyet değeri ortalamadan yüksek ise ortalama maliyet değeri de artar.

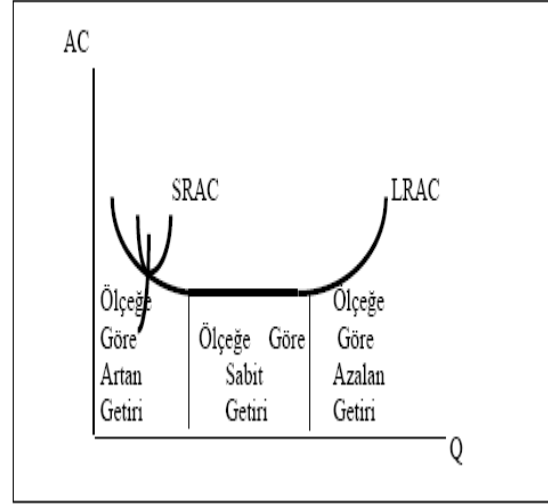
Uzun Dönem Maliyet

Uzun dönemde tüm faktörleri değiştirilebilir olduğu için tüm maliyetler de değişkendir. Sabit girdi ve sabit maliyet yoktur.

Uzun dönem ortalama maliyet, belli bir miktar üretimi en uygun üretim kapasitesi ile üretmenin mümkün olduğu en düşük maliyet olarak tanımlanır.

Uzun dönem ortalama maliyet eğrisi, zarf yada planlama eğrisi olarak da ifade edilir.

Nedeni: Uzun dönem ortalama maliyet eğrisi kısa dönem ortalama maliyet eğrilerini alttan saran bir zarf şeklinde olmasıdır.



MAL PİYASALARI

Mal piyasaları tam rekabet,monopol(tekeli), monopolcü rekabet(tekeli rekabet), oligopol'dür.

Tam Rekabet Piyasası

Özellikleri veya varsayımları nelerdir?

- 1) Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.
- 2) Üretilen mal homojendir(türdeşdir):Üretilen bütün birimler aynıdır.
- 3) Hem alıcı hem de satıcılar piyasa hakkında tam bilgiye sahiptir.
- 4) Piyasaya giriş ve çıkışlar serbesttir(giriş ve çıkış engeli yoktur).

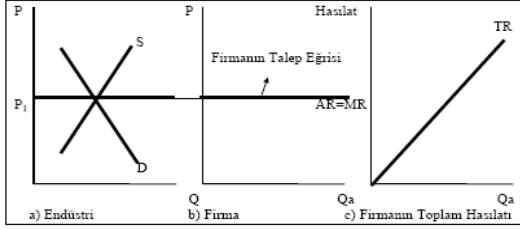
Tam rekabet piyasasındaki firmanın amacı, kârını maksimize edecek miktarda üretim yapmaktır.

Tam Rekabette Firmanın Seçimleri

Kar maksimizasyonu amacına uygun olarak tam rekabet piyasasında firma üç anahtar konuda karar almak durumundadır;

1. Endüstride kalmalı, yoksa bırakmalı mıdır?
2. Endüstride kalmaya karar verirse, üretim yapmalı mı, yoksa geçici olarak ara vermeli midir?
3. Üretime karar verdiyse, ne kadar üretmelidir? Bu soruları yanıtlamak için bazı kavramları açıklamakta fayda vardır. Şimdi onları görelim

Hasılat ve Kar



Şekil 1. Tam Rekabette Talep, Fiyat ve Hasılat

Kar = Toplam hasılat - Toplam maliyettir. Kar = TR-TC dir. TR firmanın satışlarının toplamıdır. Firma için fiyatlar veri olduğundan TR (toplam hasılat) orijinden geçen bir doğrudur. TR = PQ dur.

Toplam Hasılat = Fiyat x Miktar dır.

$$\text{Ortalama Hasılat} = \frac{\text{Toplam HASILAT}}{\text{Miktar}} = \frac{PQ}{Q} = P \text{ dir.}$$

Ortalama hasılat fiyata eşittir. Marjinal hasılat (MR) satılan bir birimlik artış sonucu, toplam hasılatta değişmezdir.

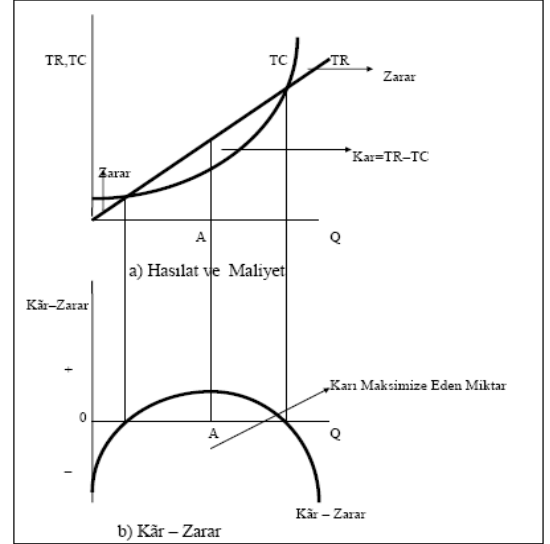
$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \text{ dur.}$$

Tam rekabet piyasasında, firma için talep esnekliği sonsuz, talep eğrisi yatay eksene paralel olduğu için MR=P dir

Dolayısıyla, AR=MR=P dir.

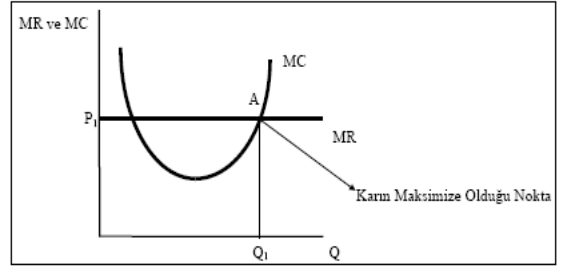
Kar Maksimize Eden Çıktı

Kar maksimizasyonu için TR - TC farkının maksimize olması gerekir (Şekil 2). Tam rekabet piyasasında firma fiyatı veri kabul ettiğinden, ancak üretim düzeyini seçerek karını maksimum kılabilir. Şekil 2'de, Q değiştiğinde TC değişmektedir. Firma girdi ve çıktı miktarını değiştirerek TC'yi değiştirebilir



Şekil 2. Toplam Hasılat, Toplam Maliyet ve Kâr

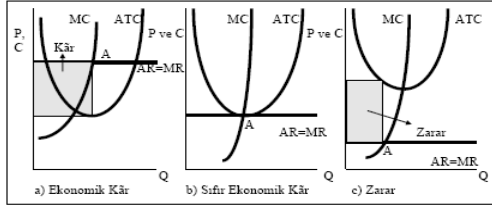
Benzer hesaplamalar marjinal yöntemler kullanılarak da yapılabilir (Şekil 3). MR doğrusunun MC'yi kestiği, diğer bir ifade ile MR=MC olduğu noktada kar maksimumdur. Bir başka deyişle, TC ve TR eğrilerinin eğimleri eşit olduğu noktada kar maksimumdur. Yalnız bir nokta çok önemlidir. MR=MC firmanın kar maksimizasyonu için gerekli, ama yeterli koşul değildir. Doğal monopol durumunda MR=MC koşulu kayıp maksimizasyonuna sebep olmaktadır



Şekil 3. Marjinal Hasılat, Marjinal Maliyet ve Karın Maksimize Olduğu Nokta

Kısa Dönemde Kar ve Zarar

Şekil 5'de kısa dönemde üç olası durum görülmektedir. Şekil 5a'da $P > ATC$ dir. Bundan dolayı taralı alan kadar kar vardır. Fazla kar vardır. Fazla kar durumunda firma, harcamaları ve fırsat maliyetleri üzerinde gelir elde etmektedir.



Şekil 5. Kısa Dönemde Kâr Olasılıkları

Şekil 5b'de $P=ATC$ dir. Şekil 5c de $P < ATC$ dir. Firma zarar etmektedir. Şekil 5b'de A noktasında kar maksimizasyonu sağlanmakla birlikte fazla kar yoktur. Kar maksimizasyonu gerçekleşmiş, ama fazla kar sıfırdır (normal kar vardır). Bu, kar maksimizasyonunun kar yapmak anlamına gelmeyebileceği demektir. Karı maksimize etmek, kaybı minimize etmektir. Sıfır kar durumunda normal kar vardır. Sıfır karda, firma bütün harcamalarını ve firma sahiplerinin fırsat maliyetlerinin karşılayabilmektedir

Fabrikanın Geçici Olarak Kapatılması

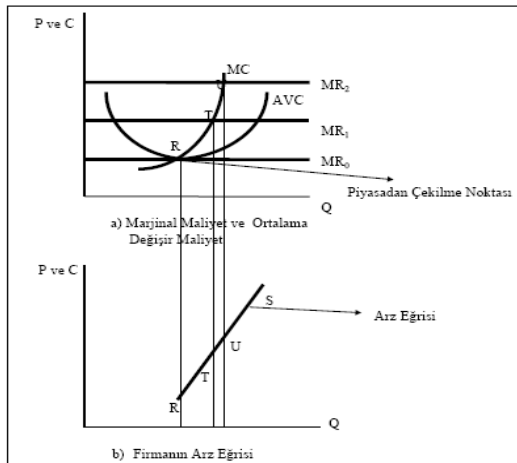
Fiyat, ATC'den küçükse firma geçici olarak piyasadan çekilebilir.

Toplam hasılat, toplam değişebilir maliyeti karşılamıyorsa, firma geçici olarak piyasadan çıkar. Firma sabit maliyetlerden kaçamaz. Sıfır üretimde bile sabit maliyetler pozitifdir.

Fiyat = AVC ise, $TR = TVC$ dir. Firmanın zararı TFC kadardır. AVC ortalama değişir maliyetler, $TVC =$ toplam değişir maliyetlerdir. $TR < TVC$ ise, firmanın zararı TFC den büyüktür. Bu durumda piyasadan çekilmek doğru karardır. Zarar minimize edilmiş olur.

Firmanın Arz Eğrisi

Tam rekabet piyasasında firmanın arz eğrisi, diğer etkenler veri iken, firma çıktısı ve piyasa fiyatı ilişkisini göstermektedir. Fiyat yükseldiğinde arz artmakta, düştüğünde azalmaktadır. Arz eğrisi, ortalama değişir maliyetin üzerindeki MC eğrisidir.



Uzun Dönem Firma Dengesi

Giriş-çıkış ve fabrika büyüklüğündeki gelişmelere bağlı olarak uzun dönemde endüstriye yeni firmalar girmeye ve çıkmaya istekli değildirler Uzun dönem rekabetçi denge için üç koşul gerçekleşmelidir;

1. Firmalar kısa dönem karlarını maksimize ederler. Böylece $MR=MC$ dir.
2. Ekonomik karlar sıfırdır. Bundan dolayı hiç bir firmanın endüstriye girmesi veya çıkmasına neden yoktur.
3. Uzun dönem AC minimumdur. Böylece hiç bir firmanın üretim büyüklüğünü genişletmesine neden yoktur.

Monopol(Tekel) Piyasası

Tekel durumunda endüstride tek firma vardır. Firma yakın ikamesi olmayan bir mal üretmektedir. Tekelci firmanın karşı karşıya geldiği talep eğrisi belirli bir esnekliğe sahip olan endüstri talep eğrisinin aynıdır. Endüstriye giriş tamamen engellenmiştir. Tekel, tek arzıcının olduğu endüstridir. Mal ve hizmet veya kaynağın yakın ikameleri yoktur. Yeni firmaların piyasa giriş engelleri vardır

İki yolla giriş engeli konulabilir; a) yasal engeller, b) doğal engeller.

Yasal engeller yasa, lisans, patent gibi sınırlamalarıdır. Yasa ile giriş engeli konabilir. Türk Telekom'a telefon hizmetlerini sunma yetkisinin verilmesi gibi, bir firmaya tekel hakkı verilebilir. Tekel olma yetkisi verilen firma özel bir firma da olabilir. İkinci bir yasal giriş engeli bir takım işleri yapabilmek için lisans sahibi olmaktır. Örneğin sağlık, hukuk, dişçilik, öğretmenlik gibi profesyonel işleri yapabilmek için, lisans çıkartmamız gerekir. Lisans çıkartma tekel yaratmamakta, ama rekabeti sınırlamaktadır. (Belki şu eklenebilir. Örneğin Müşavirlik yapabilmemiz için lisans çıkartma yanında Odaya üye olmanız gerekir. Tek Oda vardır. Tek müşavir tekel durumunda olmasa bile Oda tekeldir. Dolayısıyla üye olma zorunluluğu yoluyla tekel vardır. Benzer durum bir çok meslek için geçerlidir.) Üçüncü bir yasal engel patent hakkıdır. Patent ürün veya hizmeti bulana verilen haktır. Bulana, 20 yıl patent hakkı geçerlidir gibi bir hak verilmektedir. Böylece, mülkiyet hakkı ve kopya yapmayı engellenmek istenmektedir. Patentle yaratıcılık teşvik edilmektedir. Ama aynı zamanda giriş engeli söz konusudur.1

Doğal giriş engelleri iki nedenden doğal tekeller yaratmaktadır;

Birincisi, bir arz kaynağına (hammaddeye) sahip olmaktır. Örneğin bir su kaynağına sahip olmak gibi. İkinci bir doğal neden, tek firmanın bütün piyasaya düşük fiyatta arz edebilme olanağıdır. Bir firma talep edilen bütün çıktıyı en düşük AC ile üretebiliyorsa doğal tekel vardır. Doğal tekeller ve ölçek ekonomileri

arasında yakın ilişki vardır. Birden fazla firma durumunda ölçek ekonomilerinden faydalanamıyorsa tekel tercih edilebilir. Örneğin elektrik, doğal gaz ve su dağıtımında böyle bir durum söz konusudur.

Kısaca giriş engelleri,

- Hükümet politikaları,
- Temel bir girdinin tek sahipliği,
- Ölçek ve alan ekonomileri; doğal tekeller,
- Bilgi. Giriş engeli olarak bilgi,
 - Patent ve teknoloji,
 - Yeni firmanın potansiyel müşterilerce tanınmasının maliyet (reklam, bedava numune gönderilmesi, vb...) gerektirmesidir.
- Piyasa stratejileri. Belli başlı stratejiler,
 - Limit fiyatlama,
 - Fazla kapasite,
 - Predatory fiyatlama (fiyatları MC nin altında tutarak yeni firmanın piyasaya girmesini engellemek, daha sonra fiyatları tekrar yükseltmek) dir.

Bu piyasanın özellikleri veya varsayımları:

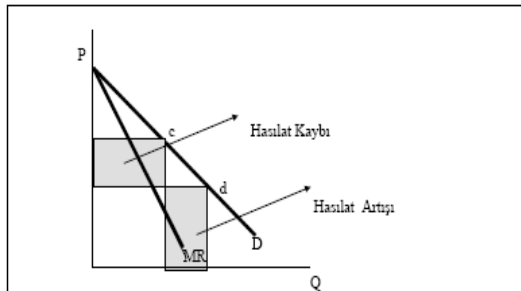
- Tekel piyasasında tek satıcı vardır.
- Tekelci firmanın sattığı malın yakın ikamesi yoktur.
- Piyasaya başka firmaların girişini engelleyen oldukça etkili kısıtlar(engeller) vardır.
- Tekelci firma fiyat farklılaştırmasında bulunarak kârını maksimize eder.

Tek Fiyat Tekeli

Tek fiyat tekeli, her çıktı ve çıktı birimi için tekelin tek fiyat istemesi durumudur.

2.1. Talep ve Hasılat

Tekel de firmanın karşılaştığı talep eğrisinin aynı zamanda endüstrinin de talep eğrisidir. Çünkü tek firma vardır.



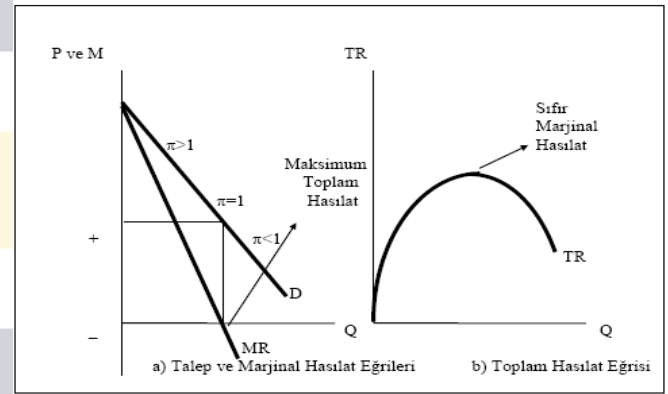
Tekelde marjinal hasılat ve ortalama hasılat (talep eğrisi) eğrileri birbirinden ayrılmaktadır. Tekelci firma fiyat yapıcısı olduğu için hasılat kayıp ve artışını gözönüne alarak fiyatı belirlemektedir. Daha fazla birim satmak için fiyat azaltıldığında iki karşı etki çalışmaktadır;

- fiyatlar düştüğünde hasılat kaybı olmakta,
- artan satış miktarı hasılatı arttırmaktadır.

MR > 0 (Pozitif) ise TR (toplam hasılat) artıyor demektir. MR < 0 (Negatif) ise TR azalmaktadır. MR=0 ise TR maksimumdur. Dolayısıyla tam rekabetten farklı olarak, tekelci firmanın toplam hasılat eğrisi orijinden geçen bir doğru değildir. Artma ve azalma eğilimi göstermektedir. Aldığı biçim MR 'ye bağlıdır

Hasılat ve Esneklik

Tekelde fiyat değişimleri sonucu, hasılatdaki değişimlerin ne olacağı talep esnekliğine bağlıdır. Talep eğrisi esnekse, fiyat düştüğünde toplam hasılat artmaktadır. Talep esnekliği '1' den küçükse (inelastik), fiyat düştüğünde toplam hasılatta düşmektedir. Esneklik, birim esnekse fiyat değiştiğinde toplam hasılat değişmemektedir. Bu noktada marjinal hasılat sıfırdır.



Şekil 2. Tek Fiyat Tekeli Hasılat Eğrileri

Tekelde Çıktı ve Fiyat Kararı

Tam rekabet piyasasında firma açısından fiyatlar veri olduğundan, firma yalnız çıktı miktarı konusunda karar almakta idi. Tekel ise bütün piyasayı kapsamaktadır. Fiyat yapıcılığı geçerlidir. Tekelci firmanın çıktı kararları, fiyatları etkilemektedir. Tekelci firmanın tam rekabet piyasasındaki firmadan karar açısından farkı yoktur. Yani MR=MC de karar verilmektedir. Fark sonuçlarda ortaya çıkmaktadır. Tam rekabet piyasasında olduğu gibi tekelerde de MR=MC eşitliğinde kar maksimizasyonu gerçekleşmektedir

Tekel pozitif kara sahiptir. Yalnız bir nokta önemlidir. Tekel de her zaman pozitif kar vardır anlamına gelmemelidir. Bir tekel sıfır kar, hatta kısa dönemde zarar bile yapabilir

Tekelci firmayı, tam rekabetçi piyasadaki firmadan özellikle avantajlı kılan kar durumudur. Fazla kar gerçekleştiğinde giriş engelleri nedeniyle piyasaya yeni firma girememektedir. Aşırı kar durumu devam etmektedir

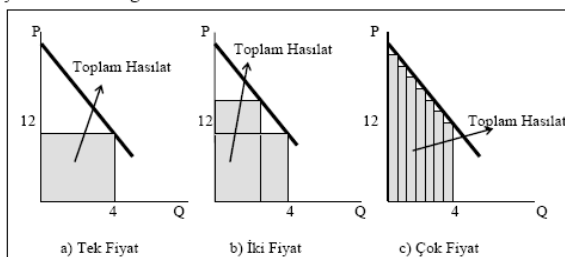
Tekelde Arz Eğrisi

Tekelde arz eğrisi yoktur. Bunun nedeni tekelde talep eğrisinin aldığı biçimlerdir. Tekelin üretimi ve fiyatı arasında tek ilişki yoktur. MR değiştiğinde, $MR = MC$ eşitliği de değişmektedir. MR'nin değişmesinin nedeni talep eğrisinin değişmesidir. (Firma talep eğrisi = endüstri talep eğrisi idi). Talep eğrisi düştükçe MR değişmektedir. Dolayısıyla tekelde karı maksimize eden miktar ve fiyat arasında tek ilişki yoktur

Fiyat Farklılaştırması

Pratikte fiyat farklılaştırması, bazı müşteriler için diğerlerine göre aynı mal ve hizmet için farklı fiyat istemek veya daha az satın alanlara nazaran daha fazla satın alanlara düşük fiyatla satmak anlamına gelmektedir.

Tam fiyat farklılaştırması tüketicinin ödeyebileceği maksimum fiyat çerçevesinde birim satışa göre fiyatların farklılaştırılmasıdır. Her farklı fiyat, fiyat farklılaştırması anlamına gelmemektedir. Benzer, fakat farklı malların fiyatlarının farklı olması fiyat farklılaştırması demek değildir. Çünkü maliyetleri aynı değildir. Fiyat farklılaştırmasının nedeni farklı maliyetler değil, farklı taleplerdir. Talep farklılaştırması zaman, yaş, gelir, bilgi ve coğrafi nedenler olabilir. Örneğin gece yarısı uçuşlar için uçak bilet fiyatları düşürülür. Çocukların tıraşı daha ucuzdur. 65 yaş üstündekiler için belediye otobüs bilet ücretleri indirimlidir. Düşük gelir sahipleri için düşük ilaç fiyatı belirlenebilir. Turistler genellikle daha yüksek ücret öderler. Çünkü bilgi eksikliği nedeniyle daha ucuz yerleri bilmezler. Perekende satış fiyatları sezon başı ve sonunda farklıdır. Fiyat farklılaştırma yoluyla toplam hasılat artırılır. (Şekil 6) (Şekillerde taralı alanlar toplam hasılatı göstermektedir) Hasılatı arttırmanın yolu tüketici artışının azalmasıdır



Uygulamada fiyat farklılaştırması üçe ayrılmaktadır;

- birinci derece fiyat farklılaştırması,
- ikinci derece fiyat farklılaştırması,
- üçüncü derece fiyat farklılaştırması.

Birinci derece fiyat farklılaştırması, tam fiyat farklılaştırması olarak da adlandırılmaktadır. Tekelci firma, talep edenleri ödeyebilecekleri maksimum fiyatta fiyatlandırır.

İkinci derece farklılaştırma veya blok fiyatlamada, aynı müşteri aldığı ürünün farklı miktarlarında farklı fiyatlandırılmaktadır. Örneğin telefon hizmetinde konuşma sayılarına göre farklı fiyatlandırma yapılabilir. Aynı durum elektrik ve su kullanımı için de geçerlidir.

Üçüncü derece farklılaşmada, ortak özellikleri olan alıcılar grubunun farklı fiyatlandırması söz konusudur. Örneğin uçak yolculuğunda business class ayrımı yapılarak, farklı fiyatlandırma yapılmaktadır.

Fiyat Farklılaştırması ve Tüketici Artığı

Fiyat farklılaştırmasının amacı, olanaklı olduğu kadar tüketici artığını azaltmaktır. Bu çerçevede a) tek kişiye daha fazla aldıkça iskonto yapılabilir, b) bireyler arasında fiyat farklılaştırması yapılabilir. Daha fazla ödemeye razı olanlardan, daha yüksek fiyat istenebilir

Fiyat Farklılaştırmasının Sınırları

Fiyat farklılaştırmasının sınırlarını özellikle iki başlıkta toplanabilir:

- Malın yeniden satılması. Fiyat farklılaştırması, mal yeniden satılmıyorsa olanaklıdır. Aksi takdirde düşük fiyata malı alan, biraz fiyat ilavesiyle satabilir (arbitraj yapma). Onun için fiyat farklılaştırması daha çok hizmetler için geçerlidir. Hizmet dışı istisna giyim eşyalarında görülür. Giyim eşyalarında moda sürekli değişmektedir. Bundan dolayı moda değişimi, yeni moda geçerken sezon sonu indirimleri yapılır. Moda değişimi nedeniyle ucuz alan, tekrar yüksek fiyata satamaz
- Farklı talep için grupların farklı fiyat esneklikleri olması gereklidir. Ayrıca farklılaştırma yasal olmalıdır. Yasalar, farklı esneklikler olsa da yaş, statü veya zamana göre fiyat farklılıklarına sınır getirebilir

Kısaca, fiyat farklılaştırılması,

- Firmanın fiyat yapıcısı,
- Firmanın tüketiciyi tanımlayabildiği,
- Tüketicilerin arbitraj yapması olanağının olmadığı durumda gerçekleşebilir.

Tekelde(Monopolde) Fiyat Farklılaştırması Uygulanabilmesi İçin Gerekli Koşullar vardır

- Piyasa alt bölümlere ayrılmalı.
- Her alt piyasadaki talep esnekliği farklı olmalı.
- Fiyat farklılaştırması yapan firmanın önemli bir maliyete katlanmaması gerekir.
- Bölümlere ayrılan piyasalar arasında geçiş olmamalıdır.

Tekel ve Rekabetin Karşılaştırılması

- 1) Tekel fiyatı, rekabetçi fiyattan daha yüksektir.
- 2) Tekel çıktı miktarı, rekabetçi çıktı miktarından daha azdır.
- 3) Tam fiyat farklılaştırması durumunda tekelle çıktısı, rekabetçi çıktı kadardır. Fiyat farklılaştırması arttıkça, tekelle çıktısı rekabetçi çıktıya yaklaşmaktadır.

Tahsis Etkinliği

Tekel durumunda tüketici artışı azalmaktadır. Bunun bir kısmı üretici artışı biçimde tekele gitmekte, bir kısmı kaybolmaktadır. Toplam üretici ve tüketici artışı kaybı, boşa giden kayıptır. Boşa giden kayıp, çıktının etkin düzeyin altında olması nedeniyle üretici ve tüketici artışı azalmaktadır. Tahsis etkinsizliğidir.

Yeniden Bölüşüm

Tekel'de üretici kazanmakta, tüketici kaybetmektedir. tekelle üreticinin kazancı, tekelle kazancı ve boşa giden kayıp karşılaştırması sonucu bulunur. Ama fark pozitifdir. Tüketicinin kaybedeceği açıktır. Tam fiyat farklılaştırması durumunda boşa giden kayıp ortaya çıkmamaktadır. Bu durumda tüketiciden tekelle firmaya doğru daha büyük yeniden bölüşüm gerçekleşmektedir. Tüketici artışı daha da azalmaktadır.

Rant Arayışı

Tekelle kar daha yüksektir. Rekabetçi ortamda kısa dönemde ekonomik kar gerçekleşse de, giriş serbestisi nedeniyle uzun dönemde ekonomik kar yoktur. Tekelle giriş engellemesi geçerlidir. Bu yüzden uzun dönemde de ekonomik kar vardır.

Monopolcü(Tekelci) Rekabet Piyasası

Bu piyasanın adından anlaşılacağı üzere hem tekelle hem de tam rekabet piyasasının bazı özelliklerini taşımasına karşın, tam rekabet piyasasına daha yakındır.

Tekelle rekabet teorisinin 3 temel varsayımı mevcuttur:

- 1) Birbirinden bağımsız olarak hareket eden çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.
- 2) Farklı satıcıların ürünleri farklılaştırılmıştır. Ürün (mal farklılaştırması tekelle rekabet piyasasının en önemli özelliğidir. Ürünler arasındaki farklılıklar sadece fiziksel farklılıklar içermez. Aynı zamanda, paketleme, satıcının mağazasının yeri ve görünümü, ürünün satışı ile ilgili kredi koşulları ve kredinin varlığı, satış elemanlarının etkileyciliği, firmanın reklam kampanyasının etkinliği gibi konuları da kapsar.

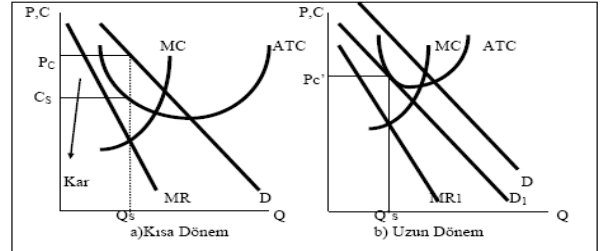
- 3) Piyasaya giriş çıkış nispeten kolaydır. Tekelle rekabet piyasası bu özelliği ile tam rekabete benzer. Piyasaya girişin nispeten kolay olması sonucu uzun dönemde firmalar normal kâr elde ederler.

Tekelle Rekabet Piyasasındaki Firma Talep Eğrisinin Özellikleri İle İlgili Şunları Söyleyebiliriz:

- 1) Firma fiyatları az da olsa etkileyebilmektedir. Bu nedenle negatif eğimli bir talep eğrisine sahiptir (tekelle firma gibi).
- 2) Firmanın sattığı malın yakın ikamesi vardır. Bu nedenle tekelle firmaya göre daha esnek bir talep eğrisine sahiptir. Fakat tekelle rekabetçi firma malını farklılaştırabildiği ölçüde (belli bir tüketici kitlesine sahip olabildiği sürece) tekele benzer ve bunun sonucunda aşırı kâr elde eder.

Tekelle Rekabette Fiyat ve Çıktı

Tekelle rekabette kısa dönemde ekonomik kar olabilir. (Şekil 1 a) Ama uzun dönemde sıfır kar vardır. (Şekil 1 b) Bunun nedeni piyasaya giriş serbestliğidir. Kar durumunda yeni firmalar piyasaya girmektedir. Yeni firmaların girmesi fiyatları ve karları düşürmektedir.



Şekil 1. Tekelle Rekabet

Kısa dönemde tıpkı tekelle olduğu gibi zarar söz konusu olabilir. Zarar durumunda, zarar eden firmalar endüstriyi terk ederler. Terk edilmiş endüstri arzını azaltacağından fiyatlar yükselecektir. Uzun dönemde, kar ve zarar yönünde etkiler sonucu, firmalar sıfır ekonomik kar (aşırı kar yok) yapmaktadırlar. Tekelle rekabette, endüstride çok sayıda firma vardır. Bir firma, diğer firmaların ne yapacağını etkileyememektedir. Bir firma fiyatları değiştirdiğinde, firma endüstrisinin küçük parçası olduğundan diğer firmaların faaliyetleri üzerine etkisi yok denecek kadar az olmaktadır. Tekelle rekabetin özelliği olarak ürün farklılaştırmasından söz edildi. Tekelle rekabette ürün farklı olmasına karşın, firmalar benzer talep ve maliyet eğrilerine sahiptirler. Tekelle rekabette değişik olan, ürünler arası küçük farklılıklardır.

Tekelci rekabette, fazla kapasitenin ortaya çıkmasının nedeni, talep eğrilerinin aşağıya doğru eğimli olmalarıdır. D tam esnek olsaydı, talep eğrisi ATC'yi minimum noktada kesecekti. Talep eğrileri ürün farklılaşmasından dolayı aşağı doğru eğimlidir. Ürün farklılığı eksik kapasite yaratmaktadır.

	Tekelci Rekabet	Tam Rekabet	Tekel
Alıcıların Büyüklüğü ve Sayısı	Çok Alıcı (Fiyat Alıcısı)	Çok Alıcı (Fiyat Alıcısı)	Çok Alıcı (Fiyat Alıcısı)
Satıcıların Büyüklüğü ve Sayısı	Çok Satıcı	Çok Satıcı	Tek Satıcı
Satıcıların Ürünleri Arasında İkame Derecesi	Farklı Satıcıların Malları Heterojen	Homojen	Yakın İkame Yok
Alıcıların Fiyatlar ve Alternatifler Hakkında Haber Almaları	Alıcılar İyi Bilgi Sahibi Olabilir veya Olmayabilirler	Alıcılar İyi Bilgi Sahibidirler.	Alıcılar İyi Bilgi Sahibidirler.
Giriş Koşulları	Teknolojik veya Yasal Engeller Yok	Teknolojik veya Yasal Engeller Yok	Teknolojik veya Yasal Engeller Var

Tekelci Rekabet, Tam Rekabet ve Tekelci Piyasa Yapılarının Karşılaştırılması

Reklam

Ürünün farklı olduğunu tüketicilere göstermek reklamla olanaklıdır. Fakat reklam tekelci rekabetteki firmanın maliyetini diğer firmaların üzerine çıkartmaktadır. Reklam, iyi ürün konusunda bilgi sağlamaktadır. Lakin ilave bilginin fırsat maliyeti söz konusudur.

Kısaca, tekelci rekabette tahsis etkinliği sorusunun yanıtı belirsizdir. Bazı durumlarda ürün çeşitliliği (farklılığı), eksik kapasite ve reklam maliyetlerini çok aşmaktadır. Kitap, dergi, giyim, gıda, içki çeşitleri böyle bir duruma örnektir. Ama bazen de sadece isme (markaya) skor yapılmaktadır. Örneğin, ilaç sektöründe çoğu zaman isme skor yapılır. Aynı kimyasal bileşim söz konusudur, fakat isim farklıdır.

OLİGOPOL TEORİLERİ

Oligopol Çeşitleri

Çeşitli kriterlere göre oligopolleri sınıflandırabilir. Birinci sınıflandırma ürün çeşidine göredir. Az sayıda firmanın ürünleri aynıysa (homojen), **tam oligopol durumu vardır**. Ürün farklılaşması, bir imaj yaratma isteği (burada reklam çok önemlidir.) durumunda mallar homojen değil, heterojendir. Bu durumda **farklılaşan veya eksik (imperfect) oligopolden** söz edebilir.

Bir diğer ayırım, organize olan ve organize olmayan oligopoller üzerinedir. Organize olan oligopolde, firmalar fiyat ve firma paylarını koordine etmek için açık veya gizli anlaşma yaparlar(karteller). Organize olmayan oligopolde, firmalar arası fiyat ve üretim kararları kendi içinde (implicitly) oluşmaktadır.

ANLAŞMALAR

1	Firmaların maliyetleri farklılaştıkça işbirliği olanağı, ceteris paribus, azalır.
2	Ceteris paribus, dönemden döneme talep fazla değişiyorsa, işbirliği olanağı azalır.
3	Ceteris paribus, firmalar rakiplerinin çıktığı düzeylerini gösterge olarak alıyorsa, aralarında işbirliği daha kolaydır.
4	Ceteris paribus, ürün farklılaşması işbirliği şansını artırabilir veya azaltabilir.
5	Ceteris paribus, fiyatlar her müşteriyle, ayrı ayrı görüşme ile belirleniyorsa, firmalar arası anlaşma olanağı şansı daha düşüktür.
6	Ceteris paribus, bireysel siparişler piyasada büyük bir yer oluşturuyorsa, firmalar arası anlaşma olasılığı daha azdır.
7	Ceteris paribus, piyasadaki firma sayısı arttıkça, işbirliği olanağı azalır.

Bir diğer ayırım fiyat liderliğine bağlı olarak yapılabilir. Fiyat liderliği ayırımı,

- Düşük maliyet modelleri
- Hakim firma modelleri çerçevesinde sunulmaktadır. Oligopol ile ilgili ayırım ve kuramlar, farklı oligopol tiplerini tam açıklamamaktadır.

Son yıllarda ayırımlar daha çok,

- geleneksel modeller,
- oyun kuramı modelleri çerçevesinde yapılmaktadır

Oligopol Teorileri

Oligopol piyasasında firmaların farklı davranışlarına göre çeşitli teoriler geliştirilmiştir. Bu teoriler geleneksel oligopol teorileri ile modern oligopol teorileri olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır:

Klasik modeller olarak da adlandırılan bu teoriler, piyasada az sayıda firmanın fiyat ve miktar konusunda birbirleriyle anlaşmadan nasıl davranacaklarını açıklamalarıdır. Bu bağlamda firmalar kârlarını maksimize edecek fiyat ve miktar bileşimlerini saptamak için rekabet etmektedir. Bu teoriler, oligopol piyasalarını basit bir şekilde açıklayabilmek amacıyla genellikle piyasada sadece iki firmanın var olması varsayımı altında yapılmaktadır ve ulaşılan sonuçlar genelleştirilmektedir. Geleneksel oligopol teorileri arasında

- Cournot Modeli,
- Bertrand Modeli
- Stackelberg Modeli ve
- Edgeworth Modeli yer almaktadır.

Cournot Modeli: Augustin Cournot tarafından 1838 yılında geliştirilen bu model, oligopol piyasasının nasıl çalıştığını (bu piyasadaki firmaların maksimum kâr amacıyla nasıl bir davranış göstereceklerini) basit bir şekilde irdeleyebilmek için bazı varsayımlara dayanmaktaydı.

Cournot' da iki firma, duopol, vardır. İki firma karlarını maksimize etmek tarzında hareket etmektedirler. Temel varsayım, firmaların kendi çıktısını değiştirirken, diğerinin çıktı düzeyini sabit tuttuğudur. Bu şekilde varılan sonuca göre denge çıktı, fiyat ve karlar tek el ve tam rekabet arasındadır

Bertrand Modeli: Joseph Bertrand tarafından 1883 yılında geliştirilen Bertrand modeli, Cournot modeli gibi duopol piyasasında dengeyi incelemektedir. Ancak homojen mal üreten firmalar Cournot modelinden farklı olarak üretim düzeyi üzerinden değil, fiyat düzeyi üzerinden rekabet etmektedir. Diğer bir deyişle bu modelde stratejik değişken fiyat düzeyidir. Dolayısıyla her bir firma kârını maksimize edecek kendi fiyat düzeyini belirlerken rakibinin fiyatını değiştirmeyeceğini varsaymaktadır. Piyasada ilk defa faaliyette bulunan firmalar, birbirlerinden bağımsız ve eş anlı olarak fiyat düzeylerini belirlemektedir. Dolayısıyla firmaların her biri kendi fiyatını belirlediğinde diğerinin, fiyatı "hangi düzeyde tuttuğunu gözleyememektedir", sadece tahmin edebilmektedir. Eğer firma rakibinin fiyat düzeyini doğru tahmin ederse Bertrand dengesine ulaşır. Bunun dışında her bir firmanın piyasa talebinin tümünü karşılayabilecek bir kapasiteye sahip olduğu da (her firmanın piyasa talebinin tümünü karşılayabilecek kadar mal üretebileceği de) varsayılmaktadır.

Edgeworth Modeli: Francis Y. Edgeworth tarafından 1897 yılında geliştirilen model, aynı Cournot ve Bertrand modelleri gibi piyasada iki firmanın olduğu, firmaların aynı maliyetle homojen mal ürettikleri, her duopolcünün kendi malına yönelik talep eğrisini tam olarak bildiği ve her iki firmanın da kâr maksimizasyonu amaçladıkları varsayımları üzerine kurulmuştur. Bu modelde farklı olarak hem üretim düzeyi hem fiyat düzeyi stratejik değişken olarak kabul edilmektedir. Buna göre, Edgeworth modelinde Cournot modelinin aksine, her bir firma kârını maksimum düzeye çıkarırken, rakibinin fiyatını sabit tutacağı kabul edilmektedir. Bertrand modeli ise firmaların sınırsız kapasiteye sahip olduklarını varsayarken Edgeworth modeli her bir firmanın sınırlı kapasitesinin olduğunu ve dolayısıyla hiçbir firmanın tam rekabet denge fiyatında piyasa talebini karşılayamayacağını kabul etmektedir. Bu nedenle de firmaların pozitif ekonomik kâr sağlama olasılıkları vardır. Bu varsayımlar altında, Edgeworth modeline göre tek bir çözüm (Cournot modelinde olduğu gibi sabit bir çözüm) yoktur, bunun yerine fiyat düzeyinin ve üretim düzeyinin sürekli dalgalanması söz konusu olmaktadır.

Stackelberg Modeli: Heinrich Stackelberg tarafından geliştirilen bu oligopol modelinde diğer modellerdeki varsayımların geçerli olmasının yanı sıra, Cournot modelindeki gibi üretim düzeyi stratejik değişkendir. Ancak zamanlama yönünden Cournot modelinden

ayrılmaktadır. Buna göre, önce firmalardan biri (lider firma) piyasaya girmekte, diğer firma (takipçi firma) onun davranışını izlemekte ve kendi kararını vermektedir. Takipçi firma Cournot modelindeki gibi, kendi üretim düzeyinin rakibinin üretim düzeyini etkilemediğini varsayarken (Cournot modelindeki firma davranışının aynısını göstermektedir), lider firma ise Cournot modelinin tersine karşılıklı bağımlılığın olduğunu, yani firmanın kendi üretim düzeyinin rakibinin üretim düzeyini etkileyeceğini varsaymaktadır

Modern Oligopol Teorileri

Geleneksel oligopol modellerinden farklı olarak modern oligopol modellerinde firmaların birbirlerinden bağımsız hareket etmedikleri kabul edilmektedir. Bu modellerde fiyat anlaşmaları, iş birliği formları, fiyat liderliği ve fiyat takipçiliği gibi, yeni yöntemlerle, günümüz sorunlarına daha çok yaklaşmaktadırlar.

Modern oligopol teorileri, firmalardan birinin aldığı bir kararın rakiplerinin faaliyetini etkilediği varsayımına dayanmaktadır. Bu bağlamda da, piyasa payı büyük olan firma veya firmalar neleri etkileyebileceklerini ve rakiplerin nasıl davranacaklarını tahmin edebilmektedirler. Aynı şekilde rakiplerin de büyük firmalar hakkında bilgi sahibi oldukları kabul edilmektedir. Dolayısıyla oligopol piyasası olmasına rağmen, firmaların birbirleriyle olan bağılıkları nedeniyle piyasanın monopolleşme eğilimine gidebilmesi söz konusu olabilmektedir. Bu teoriler arasında Chamberlin ve Fellner tarafından geliştirilen teoriler özellikle oligopoller arası bağımlılığa yer vermeleri açısından önemlidir.

Modern oligopol teorilerini geleneksel oligopol teorilerinden ayıran en önemli özellik, oligopolistik bağımlılığı dikkate almalarıdır.

Chamberlin Modeli: Edward H. Chamberlin, Cournot modelini geliştirerek daha gerçekçi bir duopol modeli ortaya koymuştur. Bu modelde de Cournot modelinde olduğu gibi, aynı varsayımlardan hareket edilmektedir. Ancak Chamberlin modelinde firmaların aralarındaki karşılıklı bağımlılığın farkında oldukları varsayılmaktadır. Dolayısıyla, Cournot modelinde üretim miktarını değiştiren firmanın rakibinin üretimini sabit tutacağı düşüncesi yerine, Chamberlin modelinde firmanın rakiplerinin nasıl davranacağını da dikkate alacağı ileri sürülmektedir.

Fellner Modeli: Fellner modelinde de Chamberlin modelindeki firmalar arası bağımlılık görüşü esas alınarak bu görüş geliştirilmeye çalışılmıştır ve özellikle aralarında bir anlaşmanın olmadığı oligopollerde birlikte kâr maksimizasyonu üzerinde durulmuştur. Fellner'e göre temelde endüstri için kâr maksimizasyonunun gerçekleşmesi firmalar açısından daha yararlı sonuçlar doğurabilmektedir.

Dirsekli Talep Eğrisi Modeli

1939 yılında Paul Sweezy tarafından geliştirilmiş olması nedeniyle Sweezy Modeli de denilen bu model, oligopolde var olan fiyat katılığını açıklamaktadır. Firmalar örneğin piyasa talebi azaldığında veya maliyetleri azaldığında, fiyatı düşürmek istememektedir. Çünkü bu rakip firmalar tarafından yanlış algılanarak bir fiyat savaşını başlatabilir. Buna karşılık talepteki ve maliyetlerindeki bir artış karşısında da fiyatlarını yükseltmede isteksiz olacaktırlar.

Dirsekli Talep Eğrisi Modelinde, oligopolcü firmanın fiyatını yükselttiğinde rakiplerin fiyatlarını değiştirmeyeceklerini, buna karşılık fiyatını düşürdüğünde rakiplerin de fiyatlarını düşüreceklerini varsaymaktadır.

Anlaşmalı Oligopol Teorileri

Geleneksel ve modern oligopol modelleri firmalar arasında herhangi bir anlaşma olmadığı varsayımına dayanmaktadır. Ancak, endüstride firma sayısının az olması, oligopolistik bağımlılığın bulunması gibi nedenler, firmaların aralarında anlaşma yaparak, rekabeti ortadan kaldırarak monopolcü güç elde etmelerini ve böylece daha yüksek kâr düzeylerine ulaşmalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla firmalar, aralarındaki fiyat-üretim rekabetini önlemek için açık veya gizli (örtük) anlaşmalar yapabilmektedirler.

Açık Anlaşmalı Oligopol Teorileri; Karteller:

Firmaların fiyat rekabetinden kaçınmak için anlaşma çabalarının en gelişmiş ve sistematik olanı kartellerdir. Kartel, firmaların aralarındaki rekabeti ortadan kaldırarak monopolcü kâr elde etmek amacıyla fiyat ve üretim gibi konularda ortak kararlar almak için oluşturdukları bir birliktir. Karteller genellikle uluslararası boyutta olmaktadır. Uluslararası boyuttaki karteller için en iyi örnek OPEC'tir (Organization of Petroleum Exporting Countries-Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü).

Gizli Anlaşmalı Oligopol Teorileri; Hâkim Firma

Modeli: Hâkim firma modeli, tek bir büyük firma (hâkim firma) ile küçük firmalardan oluşan endüstrilerde uygulanan bir modeldir. Hâkim firma, toplam endüstri üretim miktarının önemli bir kısmını kontrol etmektedir.

Küçük firmalardan oluşan grup ise piyasanın geri kalanı için malını arz etmektedir. Hâkim firma, kârını maksimize edecek şekilde fiyatını belirlemektedir. Küçük firmalar ise hâkim firmanın belirlediği fiyattan istedikleri kadar mal satmaktadır.

FAKTÖR PİYASALARI

Faktör Fiyatları ve Gelirler

Üretim faktörü, üretimde kullanılan girdilerdir. Emek, toprak, sermaye, üretim faktörleridir. Üretim faktör sahipleri gelirlerini faktörleri girdi olarak kullanan firmalardan sağlamaktadırlar.

Emek geliri ücret, sermaye geliri faiz, toprak geliri ranttır. Ücret kafa, kol bütün emek gelirlerini içermektedir. Faiz, firmalar tarafından ödenen dividant dahil sermayenin bütün biçimlerini içermektedir. Rant, toprak ve doğal kaynakların kullanımı için yapılan ödeme karşılığında geliridir. Konut kirası hem rantın, hem de faizin bir elamanıdır.

Faktör Talebi

Faktör talebi türev taleptir. Türev talep, mal ve hizmet üretiminde kullanıldığı için üretim faktörünün talep edilmesidir. Doğrudan talep değildir. Türev talep, firmanın karşılaştığı teknoloji ve piyasa sınırlaması gibi koşullara bağlıdır. Ayrıca firmanın amacı da türev talebi etkilemektedir. Ne üretilecek, nasıl üretilecek sorularına verilecek yanıt faktör talebini etkileyecektir. Önceki bölümlerde firmanın amacının kar maksimizasyonu olduğu belirtilmişti. Şimdi kar maksimizasyonuna bağlı olarak faktör talebi incelenecektir

Kar Maksimizasyonu

Girdileri a) sabit, b) değişen girdiler olarak ikiye ayırabiliriz. Çoğu endüstride sabit girdi sermayedir. Yani makine, bina, teçhizatdır. Değişen girdi emektir

Marjinal ürün hasılatı (MRP), faktör miktarında bir birim artış olduğunda, toplam hasılatındaki değişimdir. Marjinal ürün hasılatı, ekstra faktör biriminin yarattığı ekstra hasılattır. Hatırlanacağı gibi marjinal hasılat, çıktıda bir birimlik artış sonucu doğan ekstra hasılat idi. Karını maksimize etmek isteyen firma marjinal ürün hasılatının, faktörün marjinal maliyetine ve dolayısıyla faktörün fiyatına eşit olduğu noktada dengeye gelecektir. $MRP=MC=PF$ dir.

Hemen bir hatırlatma yapalım. Rekabetçi piyasa varsayımı nedeniyle faktör fiyatları veridir. Talep edilen faktör miktarı ve fiyat ilişkisi negatiftir. Faktör fiyatı (PF) arttığında faktör talebi düşmektedir. Faktör fiyatı düştüğünde faktör talebi artmaktadır.

Kar Maksimizasyonu İçin İki Koşul Mal piyasasında kar maksimizasyonu $MR=MC$ e şitliği gerçekleştiğinde sağlanmakta idi. Bu birinci koşuldur.

Faktör piyasasında kar maksimizasyonu $MRP=PF$ (faktör fiyatı) olduğunda gerçekleşmektedir. Bu da ikinci koşuldur. Gerçekte $MR=MC$, $MRP=PF$ koşulları aynı yaklaşımın değişik çizgileridir.

Firmanın emek talebinde değişmeye neden olan etmenler;

1. Firma çıktısının fiyatı,
2. Diğer girdilerin fiyatı,
3. Teknolojidir.

Diğer etkenler veri iken, firma çıktısının fiyatının yükselmesi, emek talebini artırır. Çıktı fiyatının artışının nedeni, çıktı talebindeki artıştır. Fiyatın yükselmesi, marjinal hasılatın artması anlamına gelir. MR artınca, marjinal ürün hasılatı artacaktır. Marjinal ürün hasılat eğrisi ve talep eğrisi aynı eğri olduğundan, emek talebi artacaktır.

Emek: Üretimde kullanılan emeğin karşılığı olarak ücret ödenmektedir.

Ücretin farklı belirlenme yolları vardır. Bunlar sırasıyla:

- 1) Kişisel serbest yapılan sözleşmeler.
- 2) Toplu serbest yapılan sözleşmeler.
- 3) Asgari ücret.
- 4) Doğal ücret sözleşmesi.

Ücretlerle ilgili Ücret Teorileri 3'e ayrılır:

1) Klasik Ücret Teorisi: Bununla ilgili iktisatçılar, Smith, Mill, Lassale, Ricardo, Turgot Doğal ücret teorisi ve ücret fonu teorisi incelenmiştir.

Doğal ücret teorisi

Piyasa ücreti emek arz ve talebine göre belirlenir. Doğal ücret haddinin üzerinde ve altında oluşabilir. Doğal ücret (işgücü üretim maliyeti), işçinin kendini ve ailesini yaşatabileceği asgari bir ücrettir.

Ücret fonu teorisi

Ortalama ücreti, ücret fonunun işçi sayısına bölümüyle hesaplar.

$$\text{Ortalama Ücret} = \frac{\text{Ücret Fonu}}{\text{İşçi sayısı}}$$

Emeğin vasıflı olup olmaması, cinsiyeti gibi unsurlardan hiçbiri ücretlerin belirlenmesinde dikkate alınmaz. Girişimci, işletmeye koyduğu sermayenin bir kısmını sabit sermayeye ayırır, geri kalanı döner sermayeyi oluşturur, bu döner sermayeden de hammadde ve amortisman payı düşüldükten sonra geriye kalan işçilere ödenecek ücreti belirler.

2) Keynesyen Görüş: Nominal ücret ve reel ücret ayırımı yapar.

Nominal ücretlerde azalma olurken aynı oranda fiyatlar azalıyor ise reel ücretler değişmez.

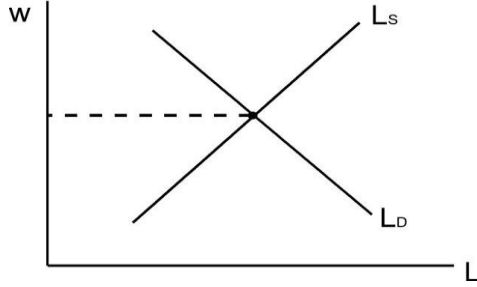
3) Modern Ücret Teorileri:

a) Verimlik teorisi: İşçinin verimliliği (üretime katkısı) arttıkça üretimden aldığı pay (ücret) da artacaktır.

b) Modern Arz ve Talep teorisi: Emek arz ve talebinin nelere bağlı olduğunu açıklar. Emek arzı, reel ücret ve

çalışma/boş zaman bileşimine . Emek talebi de, ücret ile emeğin marjinal verimine bağlıdır.

Emek Piyasasındaki Denge Ücretinin Belirlenişi:
Emek arz ve talep eğrilerinin kesiştiği yerde oluşur.

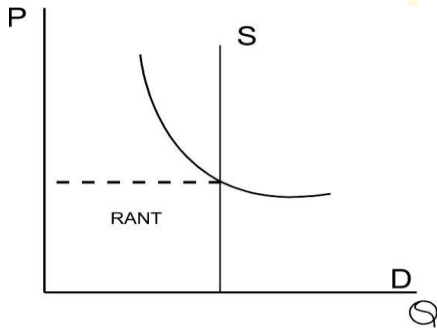


Toprak: Toprak ile ilgili bütün doğal kaynakları kapsar. Toprak kıt bir üretim faktörüdür. Miktarı sabittir. Bir yerden başka bir yere taşınmaz. Bundan dolayı da Transfer geliri ödenmez. Toprağın üretimden aldığı payın tamamı Ekonomik Ranttır.

Rant Türleri:

- 1) **Mutlak Rant:** Her toprağın mutlaka taşıdığı değere verilen addır.
- 2) **Şehir Rantı:** Kentleşmeyle beraber şehirdeki toprakların bedelinin(değerinin) artması sonucu ortaya çıkan farklı bedele denir.
- 3) **Mevki Rantı:** Thünen' e göre tüketim merkezlerine (bizdeki alışveriş merkezleri gibi) yakın yerlerin değerinin daha yüksek olması sonucu oluşan bedele denir.
- 4) **Kalite(diferansiyel) Rant:** Farklı Kalitedeki toprakların taşıdığı değer de farklı olduğu için ortaya çıkan ranttır.

Rantın şekil ile gösterilişi de aşağıdaki gibidir:



Sermaye: Sermayenin üretimden aldığı pay faizdir.
Faiz çeşitleri ise şunlardır.

Nominal Faiz :Paranın satın alma gücü dikkate alınmadan belirlenen faizdir.

Reel faiz: Faiz oranına bakılmadan sermayenin gerçek değerine göre belirlenen faizdir.

Sabit faiz: Sözleşmede belirtilen süre boyunca aynı faiz uygulanır, değişmez.

Değişken Faiz: Altın ve Dolar' a indekslenen faizdir. Bunlardaki dalgalanmalarla değişir.

Serbest Faiz: Piyasadaki arz ve talebe göre belirlenen faiz.

Kanuni faiz: Faiz kanun koyucu tarafından belirlenir.

Temerrüt Faizi: Gecikme faizidir.

Girişim: Girişim diğer bir üretim faktörüdür. Bunun üretimden aldığı pay Kâr'dır.

Kâr, çıktı ile girdi arasındaki fark olarak tanımlanabilir.

Kâr = Çıktı - Girdi

Adi Kâr (Muhasebe Kârı) = Satış Geliri Gider

(NOT:Adi Kâr içine yapılan masraflar da vardır)

Girişim Kârı = Adi Kâr - Girişimcinin Ücreti

Asgari Kâr = Girişimcinin Masrafları

Net Kâr = Adi Kâr - Asgari Kâr

(NOT: Girişimcinin bölüşümdeki payıdır. Bu gerçek Kâr'dır.)

VII. BÖLÜM

MİLLİ GELİR

Bu bölümde GSMH, Milli Gelir ile ilgili Kavramlar, Milli Gelir Hesaplama Yöntemleri ve Milli Gelir denge düzeyinin elde edilmesine ilişkin açıklamalara kısaca yer verilecektir.

Gayrı Safi Milli Hasıla (GSMH): Bir ekonomide üretilen bütün nihai(son) mal ve hizmetlerin parasal değeridir.

Harcama Yöntemiyle GSYİH'nin Ölçülmesi: Bir ekonomide mal ve hizmetler için harcama yapan sadece hanehalkları değildir. Devlet, firmalar ve yabancılar da harcama yaparlar. Bu gruplar tarafından yapılan harcamaları kısaca özetlersek;

Tüketim Harcamaları (C). Tüketiciler tarafından mal ve hizmet alımına yönelik yapılan toplam harcama miktarıdır. GSYİH'nin en büyük kalemidir. Bu harcamalar dayanıklı tüketim mallarının (otomobil, buzdolabı, TV, fotoğraf makinesi.vb) alınmasını kapsadığı gibi yiyecek, giyecek, eğlence ve haberleşme gibi dayanıksız tüketim mal ve hizmetlerini de kapsar.

Yatırım Harcamaları (I). Burada hem özel sektörün hem de kamu sektörünün yatırım harcamaları yer alır. Yatırımlara gelir getiren aktifler üzerine yapılan her türlü harcama dahildir. Yeni fabrikalar ve makineler için firmalar tarafından yapılan harcamalar; yeni evler ve konutlardaki geliştirmeye yönelik hanehalklarının harcamaları; devletin inşaat, makine ve teçhizat için yaptığı harcamalar yatırım sınıflandırmasına girer. Firmaların stoklarındaki değişimler de brüt yatırım harcaması kapsamında değerlendirilir. Çünkü stoklar gelecekte gelir sağlayacak aktifleri temsil etmektedir. Stok değişimleri üretime konu olan ham madde ve malzeme, mamül ya da yarı mamülden oluşan stoklardaki dönemsonu ve dönembası arasındaki farktır. Eğer fark artı ise yatırımlar artar, eksi ise yatırımlar azalır. Çünkü GSYİH cari üretimi ölçtüğünden, cari dönemde üretilen fakat satılmayan stoklar da GSYİH'ye dahil edilmektedir, ki bu yatırımdır.

Devletin Nihai Tüketim Harcamaları (G): Bu kategoride devletin hizmetlerini yerine getirebilmek için her çeşit mal ve hizmetler için yaptığı harcamalar yer alır. Bu harcamalar içerisinde istihdam edilen personele ödenen ücretlerden büro malzemelerine, askerî harcamalardan danışmanlık hizmeti harcamalarına kadar çeşitli türdeki harcamalardır. Bu harcamalar içerisinde sosyal güvenlik ve refah ödemeleri şeklindeki transfer harcamaları yer almaz. Çünkü bu tür harcamalar yeni üretilen mal ve hizmetlerin satın alınmasını temsil etmez.

Net ihracat ((X-M) ya da NX): Bir ekonomideki bazı firmalar ürünlerini ya da ürünlerinin bir kısmını yurt dışında satarlar. Bu durumda ekonomi içindeki

satışlarda yer almayan, ancak cari dönemde üretilen bu değerın hesaba katılması, yani GSYİH içinde gösterilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda bu ekonomide satılan bazı mal ve hizmetler dış alemde üretilmiş olabilir. Bu durumda ihracatın değerinden ithal edilen malların değeri çıkarılır. Kalan net ihracat rakamıdır, bu büyüklük ülke içindeki satışlara ilave edilir. Toplam net ihracat, ithalatın ihracattan az olması durumunda pozitif, aksi hâlde negatif olacaktır. Bu dört gruptaki harcamalar toplanarak harcama yaklaşımı çerçevesinde GSYİH hesaplanır. Buna göre;

GSYİH= C +I+G+NX olur.

Gelir Yöntemiyle GSYİH'nin Ölçülmesi Üretim;

Mal ve hizmet üretmek amacıyla üretim faktörlerini bir araya getirmek suretiyle gerçekleştirildiğine göre üretilen hasılanın değerine, bu faktörlere yapılan ödemeler toplamından ulaşılır. Ancak üretim sürecinde elde edilen çeşitli gelir biçimlerine (ki bunlar; ücret, kira, faiz ve kâr şeklinde tanımlanır) ilave olarak iki tane de gelir sayılmayan ödeme vardır. Bunlar dolaylı vergiler ve amortismanlardır. Bu yöntemle elde edilen gelir ve gelir sayılmayan ödemeleri kısaca açıklarsak;

İş gücü ödemeleri (W). Kamu ve özel sektörde çalışanlara ödenen maaş ve ücretlere ilave olarak işverenlerin sağlık planlarına katkısı ve maaştan kesilen vergi gibi ödemeler bu kategoride yer alır. TÜİK verilerinde yer alan ve işletme artığı adı altında gösterilen kalem aslında emek faktörü dışındaki üretim faktörlerine ait gelirlerdir. Bunlar ise;

Kira gelirleri ya da rant (R). Hanehalkı tarafından binalar, arazi gibi mülkiyetin kiraya verilmesi sonucu elde edilen gelirdir. Net faiz. Hanehalkı tarafından firmalara stokların finansmanı, yeni fabrika ya da yeni makine alımları için verilen ödünçler karşılığı elde edilen gelirdir.

Kârlar. Firmaların vergi öncesi elde ettiği gelirler olup vergi ödemeleri, hisse senedi sahiplerine ödenen kâr payları ya da yeniden yatırım için dağıtılmayan kârlar şeklinde kullanılırlar. Ücret, faiz, kira ve kâr şeklinde elde edilen bu gelirlere ilave olarak gelir sayılmayan iki ödemenin de toplama dahil edilmesi gerekir. Bunlar;

Dolaylı vergiler. Bunlar harcama ve satış vergileri gibi ödemeleri içerir. Bu tür vergiler için önemli olan, bu vergilerin devlet adına firmalarca toplanmasıdır. Bu ödemeler üretim faktörleri sahiplerine gitmediği için bu tür vergiler gelir sayılmayan ödemelerdir.

Amortismanlar. Yıpranma ve eskime karşılığı olarak da ifade edilebilir. Amortisman karşılıkları aslında eskiyen fabrika ve aletlerin yenilenebilmesi için oluşturulan fonlar olup dolaylı vergiler gibi gelir sayılmayan ödemelerdir. Gelir yaklaşımıyla GSYİH'yi

hesaplama faktör gelirlerine iki tür gelir sayılmayan ödemelerin ilave edilmesi sonucu ulaşılır. Elde edilen büyüklüğün harcama yaklaşımıyla ulaşılan sonuca eşit olması gerekir. Eğer eşit değilse istatistik hata kalemiyle eşitlenir. Bu eşitlik gereklidir. Çünkü çıktılar için harcanan her birim para bir başkası tarafından gelir olarak ya da gelir sayılmayan ödeme olarak elde edilmektedir. Sonuç olarak gelir yaklaşımı çerçevesinde GSYİH'yi aşağıdaki şekilde yazabiliriz.

GSYİH= Ücret + Rant + Faiz + Kâr+Dolaylı Vergiler + Amortismanlar

Üretim Yöntemiyle GSYİH'nin Ölçülmesi Firmaların ürettikleri tüm mal ve hizmetlerin miktarı ile bunların fiyatlarını çarparak dönem üretiminin değerine ulaşırız. Bu durumda belli dönemdeki GSYİH, n tane mal ve hizmet için fiyatları pi ve miktarları qi ile gösterip bunların çarpımlarının toplamını aşağıdaki gibi formüle edebiliriz:

Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH veya GNP) GSYİH, yurt içinde üretilmiş nihai mal ve hizmetlerin değeridir. GSMH ise bir ülke vatandaşlarının ürettiği bütün ekonomik değerleri içermektedir. Buna göre GSYİH'nin bir kısmı diğer ülke vatandaşlarına üretilmiş olabileceği gibi, GSMH'nin bir kısmı da ülkenin diğer ülkelerde yerleşik vatandaşlarına üretilmiş olabilir. Kısaca bu iki kavram sadece kapsadığı coğrafik alan bakımından farklılık gösterir. GSMH hesaplanırken GSYİH rakamına dış âlem faktör gelirleri ilave edilmelidir. Dış âlem faktör gelirleri arasında işçi dövizleri, müteşebbis gelirleri, kâr transferleri, dış borç faiz ödemeleri ve faiz gelirleri yer alır.

GSYİH+ Net Dış Âlem Faktör Geliri (NDAFG) = GSMH

NDAFG = Dış âlem faktör gelirleri – Dış âlem faktör ödemeleri

Safi Milli Hasıla (SMH veya NNP) GSMH'yi oluşturan mal ve hizmetlerin üretiminde, diğer üretim faktörleri yanında önceki yıllarda üretilmiş sermaye malları da kullanılır. Kullanılan bu sermaye mallarında aşınma ve yıpranmalar ortaya çıkar. Bu aşınma ve yıpranmalar üretilen malların değerinin parçasıdır. Bu aşınma payını (amortisman) GSMH'den çıkartırsak SMH'yi elde ederiz.

SMH = GSMH – Amortismanlar

Eğer sermaye stokundaki yıpranmalar giderilemez ise ekonomi gelecek dönemlerde, şimdiki üretim kapasitesini dâhi koruyamaz. SMH, ekonominin cari dönemdeki gerçek üretim gücünün ölçüsüdür. Ancak amortismanların kesin olarak tespiti mümkün değildir. Bu nedenle özellikle uluslararası

karşılaştırmalarda SMH değil, GSMH ya da GSYİH esas alınır.

Milli Gelir (MG ya da NI) Faktör fiyatlarıyla SMH olarak adlandırılan milli gelir, üretim faktörlerinin üretimden aldıkları payların toplamıdır.

MG = GSMH – Amortismanlar – Dolaylı Vergiler + Sübvansiyonlar
MG = Ücretler + Kârlar + Faiz + Rant (Kiralalar)

Kişisel Gelir (KG ya da Y) Kişisel gelir, kişilerin ellerine geçen gelirdir. Ancak bu, üretime katkılarında ötürü ellerine geçmesi beklenen gelirden farklıdır. Zira faktör gelirlerinden bir kısım kesintiler ve faktör gelirlerine bir kısım ilaveler söz konusudur.

KG = MG – Sigorta Primleri – Kurumlar Vergisi – Dağıtılmayan Karlar + Transferler

Harcanabilir (Kullanılabilir) Gelir (HG ya da Yd) Kişileri en çok ilgilendiren gelir kavramıdır. Bireyler bu gelir üzerinden diledikleri gibi tasarrufta bulunabilirler. Harcanabilir gelir, kişisel gelirden gelir vergisi ve diğer kanuni ödemeler yapıldıktan sonra elde kalan tutardır. Harcanabilir gelir ya tüketilir (C) ya da tasarruf (S) edilir.

Harcanabilir Gelir = Kişisel Gelir – Dolaysız Vergiler
Yd = C+S

Mili gelir ile ilgili iki kavram vardır:

1) Nominal Milli Gelir: Nominal GSMH cari fiyatlarla hesaplanır ve ifade edilir.

2) Reel Milli Gelir: Reel GSMH fiyat değişimlerinden arındırılarak hesaplanır.

Nominal büyüklüğü reel büyüklüğe dönüştürmek için değişkenin nominal büyüklüğü endeks sayısına bölünür. Örneğin:

Nominal GSYİH/ Fiyat Endeksi = Reel GSYİH

Mili Gelir Denge Düzeyi

Dışa kapalı(dış ticaretin olmadığı) ve devletin bulunmadığı bir ekonomide Milli Gelir Denge Düzeyi:

Y = C + I

Y = C + S

C + I = C + S olduğu için sonuçta S = I

Toplam Harcamaları oluşturan Özel Kesim Tüketim(C) ve Özel Kesim Yatırım(I) Harcamalarını sırasıyla incelediğimizde;

Özel Kesim Tüketim Harcamaları (C): Hane halkının tüketim harcamaları olarak tanımlanır. Örnek: Gıda,giyim,elektrik tüketimine yönelik harcamalar vs.

Özel Kesim Tüketim Harcamaları, Gelire bağlı olmayan tüketim harcamaları ve Gelire Bağlı Tüketim Harcamaları olarak ikiye ayrılır:

a) Gelire Bağlı Olmayan(Otonom) Tüketim Harcamaları(Co):Hiç gelirimiz olmasa da hayatta kalabilmek için temel gıda, giyim ihtiyacımızı karşılamak amacıyla yapılan harcamalardır.Bu harcamalar borçlanarak karşılanmaktadır.Eksi tasarruf olarak ifade edilir.

b) Gelire Bağlı Tüketim Harcamaları ise; gelir artarken artış gösteren harcamalardır.Örnek: Gelirimiz artarken gıda, giyim harcamalarımız arttığı gibi kültürel faaliyet ve sosyal faaliyetler için de harcama yaptığımızdan tüketim harcamalarımızın düzeyi artar. Gelirimiz belli bir düzeye ulaşıncaya otomobil alırız yada eskisini yenisiyle değiştiririz.

Gelire Bağlı Tüketim Harcamalar ile ilgili Önemli Kavramlar:

Ortalama Tüketim Eğilimi(APC):Belli bir dönemdeki tüketim harcamalarının Milli gelire oranına denir. Gelir arttıkça ortalama tüketim eğilimi azalır.

Marjinal Tüketim Eğilimi(MPC yada c):Gelirdeki bir birimlik artışın tüketimde ne kadarlık artış yarattığını gösteren katsayı.

$$MPC = \frac{\Delta C}{\Delta Y}$$

Örnek: Y'deki 100 tl'lik artış C'de 60 tl'lik artışa neden oluyorsa MPC=?

$$MPC = \frac{\Delta C}{\Delta Y} = \frac{60}{100} = 0.60$$

Anlamı, gelirdeki 1birimlik artışın %60 'ı tüketime gider.

Tüketim Fonksiyonu hem otonom hem de gelire bağlı tüketimden oluştuğuna göre;

$$C = C_0 + c Y \quad \text{şeklinde yazılır.}$$

Hem Eksi tasarruf kavramını kullandığımızı hem de Tasarruf= Yatırım eşitliğini hatırlarsak milli gelir konusu içinde diğer önemli kavram Tasarruf ve Tasarruf Fonksiyonudur.

Tasarruf: Gelirin tüketime ayrılmayan kısmıdır.

Tasarrufta da aynı tüketimde olduğu gibi gelire bağlı olmayan tasarruf(So) ve gelire bağlı tasarruf ayırımı vardır.

Tasarruf ile ilgili önemli kavramlar:

Ortalama Tasarruf Eğilimi(APS): Belli bir dönemdeki tasarrufun milli gelire oranına denir. Gelir arttıkça ortalama tasarruf eğilimi artar.

$$APS = \frac{S}{Y}$$

$$APC + APS = 1$$

Marjinal Tasarruf Eğilimi(MPS yada s): Gelirdeki bir birimlik artışın tasarrufta ne kadarlık artış yarattığını gösteren katsayı.

$$MPS = \frac{\Delta S}{\Delta Y}$$

ÖNEMLİ NOT: Marjinal tüketim eğilimi ve Marjinal tasarruf eğilimi toplamı 1' e eşittir.

$$MPC + MPS = 1 \quad \text{YADA} \quad c + s = 1$$

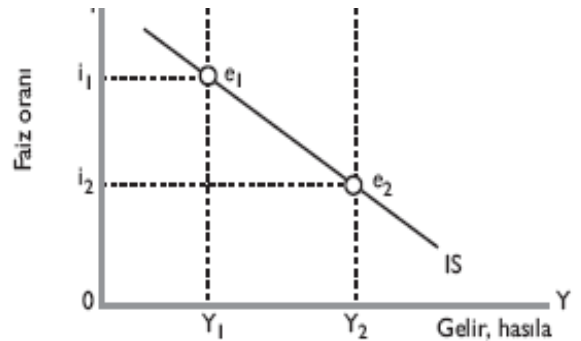
Tasarruf Fonksiyonu ise Tüketim Fonksiyonunun TAM TERSİDİR.

$$C = C_0 + c Y \quad \text{olduğuna göre}$$
$$S = C_0 + (1-c) Y$$

$$c + s = 1 \quad \text{ise} \quad s = 1 - c \quad \text{'dir.}$$

MAL PİYASASI DENGESİ (IS EĞRİSİ)

Gerçekte yatırımlar otonom olmayıp faiz oranının bir fonksiyonudur. Buna göre, planlanan yatırımları tasarrufa eşitleyen faiz oranları ile gelir seviyelerinin bileşimini gösteren bir eğri mal piyasasında olası denge noktalarını ortaya koyacaktır ki bu eğri burada geliştireceğimiz IS eğrisidir.



Sadece uygulanan iktisat politikaları değil ekonomilerde ortaya çıkan olumsuz gelişmeler ve beklentiler de IS eğrisinde kaymalara neden olabilir. Tüm bu kaymaları özetlersek:
IS eğrisini sağa kaydıran faktörler

• Genişletici Maliye Politikaları

TR'de artış AE'yi yukarı ve IS'yi paralel olarak sağa kaydırır

G'de artış AE'yi yukarı ve IS'yi paralel olarak sağa kaydırır

T'de azalma AE'yi yukarı ve IS'yi paralel olarak sağa kaydırır

t'de azalma AE'nin eğimini dikleştirirken IS'yi yatıklaştırarak sağa kaydırır

• Beklentiler Ve İktisadi Yaşama İlişkin Düzenlemeler

iş hayatıyla ilgili olumlu beklentiler; yatırım talebini ve IS eğrisini sağa kaydırır.

Yatırım teşvikleri ve olumlu şoklar toplam harcamaları ve IS eğrisini sağa kaydırır.

Servet artışı tüketimi artırırken IS'yi sağa kaydırır.

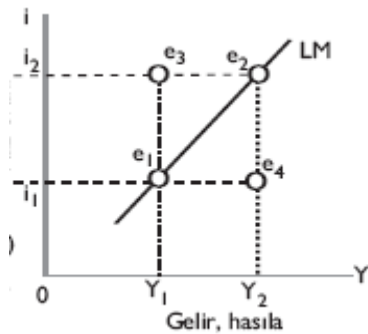
Sermayenin marjinal verimliliğindeki artış beklentisi yatırımı ve IS'yi sağa kaydırır.

Gelecekte gelir artışı beklentisi tüketimi artırır ve IS'yi sağa kaydırır.

Benzer yöntemle daraltıcı maliye politikası, olumsuz beklentiler ve olumsuz şoklar IS eğrisini sola kaydıracaktır.

PARA PİYASASI DENGESİ (LM EĞRİSİ)

LM eğrisi veya para piyasası denge eğrisi, para piyasasının dengede olduğu faiz oranı ve gelir düzeylerinin bileşimini gösteren eğridir. LM eğrisi boyunca her noktada para arzı para talebine eşittir yani para piyasası dengededir. Eğri dışındaki tüm noktalar dengesizlik noktalarıdır. LM'nin solundaki tüm noktalarda para arzı, para talebinden, sağındaki tüm noktalarda ise para talebi para arzından fazladır.



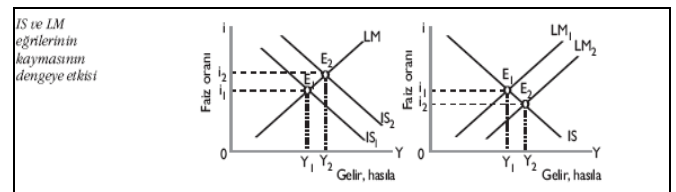
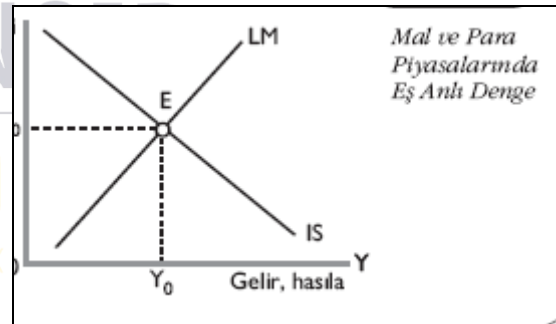
LM eğrisini sağa kaydıran etkenleri şu şekilde özetleyebiliriz:

- Genişletici para politikası sonucu Merkez Bankasının nominal para arzını arttırması.
- Reel para arzında artışa neden olacak şekilde genel fiyat düzeyinin düşmesi.
- Kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasına bağlı olarak para talebinin azalması
- Para ikamesinin yaygınlaşması ile örneğin ödemelerde Dolar ve Euro kullanımının yaygınlaşması ile para talebinin azalması.
- Finansal yenilikler olarak yeni finansal ürünlerin piyasaya çıkması sonucu para talebinin azalması.
- Elde para tutmaya oranla alternatif varlıkların (hazine bonosu, hisse senedi ve tahvil gibi) risklerinde önemli ölçüde azalma olması sonucunda paraya talebin azalması.
- Servetin azalmasından dolayı para talebinin azalması.

Yukarıda özetlediğimiz etkileri aksi yönde incelersek para piyasasında denge koşulunu sağlayan LM eğrisinin sola kaymasına neden olan etkenleri elde etmiş oluruz.

MAL VE PARA PİYASALARINDA BİRLİKTE DENGE

Bir ekonomide para ve mal piyasalarını dengeye getiren çok sayıda gelir ve faiz oranı bileşimi vardır. Buna karşılık, her iki piyasada birden dengeyi sağlayan tek bir faiz oranı-gelir düzeyi ikilisi vardır. Ekonominin genel dengesi de denilen bu denge noktası, Şekil 5.8'de IS ve LM eğrilerinin kesişimi ile gösterilmiştir.



Denge gelir düzeyi ve faiz oranı, IS eğrisinin kayması ve/veya LM eğrisinin kayması sonucunda değişir. Örneğin IS'nin, otonom harcamalardaki, LM'nin ise para arzındaki artış nedeniyle sağa doğru kaydığını düşünelim

IS eğrisinde sağa kaymanın etkisi, şekil 5.9'un sol panelinde gösterilmiştir. Buna göre ekonomi başlangıç dengesi olan E1 (Y1, i1) noktasından daha yukarıda ve sağda kalan E2 (Y2, i2) noktasında dengeye gelmektedir. Yani IS'in sağa kayması ekonomide denge faiz oranı ve gelir düzeyini yükseltmektedir. Bunun nedenini şöyle açıklayabiliriz: Otonom harcamalardaki bir artış, gelir düzeyini artırırken buna bağlı olarak para talebi de artmaktadır. Para arzı sabit olduğu için para talebindeki bu artış da faiz oranını yükseltmekte, yani ekonomi LM eğrisi üzerinde sağa doğru hareket etmektedir. şekil 5.9'un sağ panelinde ise LM eğrisinin sağa kayması sonucunda, faiz oranındaki düşme ve gelir düzeyindeki artış gösterilmiştir. Para arzındaki artışa bağlı olarak LM'in sağa kayması, faiz oranını düşürmekte, bu da yatırımları artırarak ekonomiyi IS eğrisi üzerinde sağa doğru hareket ettirmektedir. Hatta her iki eğri de birlikte sağa kayabilir. Bu durumda gelir düzeyi artarken faiz oranının ne olacağı eğrilerin eğimlerine ve kaymaların büyüklüğüne bağlıdır.

Milli Gelirdeki diğer Önemli Kavram Yatırım ve Fonksiyon da Yatırım Fonksiyonudur.

Yatırım Harcamaları(I): Belli bir dönemde satılan üretim araçlarının toplamıdır. Diğer bir ifade ile, makine, teçhizat sabit sermayeye yapılan ek katkıya denir.

Yenileme, İkame Yatırımı(Negatif Yatırım Tutarı): Üretim sürecinde tesislerin aşınması, değer yitirmesi tutarına denir. Gerçekleştirilen yatırımlar yenileme yatırımlarını aşarsa net yatırım denir. Bunun üretim üzerinde etkileri vardır:

- 1) Üretim kapasitesi genişler. Bu nedenle **kapasiteye yönelik yatırımdır**.
- 2) Üretimde kullanılan araçların yerine daha verimli olanlarının kullanılmasıyla üretim maliyetleri azalır. Buna **Üretimin İyileştirilmesi** denir. Bundan dolayı **maliyet masraflarına yönelik yatırımdır**.

Yatırım Fonksiyonu: $I = f(Y)$ Milli gelir arttığında yatırımlar da arttığı için Yatırımlar Milli gelirin bir fonksiyonudur.

Milli Gelir Dengesiyle ilgili Açıklamalar da Kısaca Şöyledir:

Tam İstihdam: Bir ekonominin sahip olduğu kaynakları tam ve etkin olarak kullandığında üretebileceği maksimum çıktı(üretim) düzeyine denir.

Tam istihdam arzu edilen bir durum olmakla beraber bunun altında yada üzerindeki düzeyler de de dengeye gelinebilir. Bu durumlar ise;

Deflasyonist Açık: Bir ekonominin tam istihdam çıktı düzeyinin altında dengeye gelmesidir. Toplam Harcamalar < Toplam Üretim Kapasitesi Bunun sonucunda işsizlik ortaya çıkar.

Enflasyonist Açık: Ekonominin tam istihdam çıktı düzeyinin üzerinde dengeye geldiği durumu tanımlar. Toplam Harcamalar > Toplam Üretim Kapasitesi . Sonucunda fiyat artışları(Enflasyon) ortaya çıkar.

VIII. BÖLÜM

PARA TEORİSİ VE PARA POLİTİKASI

Para : Mal ve hizmetleri satın almak ve borçları ödemek amacıyla kullanılan ve herkes tarafından kabul gören değişim aracı Para olarak tanımlanır.

Ekonomide genel kabul gören değişim araçları arasında; kağıt, ufaklık(madeni) para, vadesiz mevduatlar(çek) ve seyahat çekleri yer alır.

Paranın tanımını da göz önünde bulundurarak özelliklerini özetlemek gerekirse,

Paranın Özellikleri:

- 1) Genel kabul görür(Herkes tarafından kabul edilmesi)
- 2) Standart'tır.
- 3) Taşınabilir.
- 4) Nadir'dir.
- 5) Bölünebilir.

Paranın İşlevleri(Fonksiyonları) :

- 1) Değişim(mübadale) aracı
- 2) Hesap birimi
- 3) Borç ödeme aracı
- 4) Servet biriktirme(değer saklama) aracı

PARA ARZI

Bir ekonomideki para arzı 2 tür paradan oluşur:

- 1) Nakit Para (İtibari Para)
- 2) Kaydi Para (Banka Parası)

Nakit Para: Kağıt ve madeni paradan oluşur. Ödeme aracı olma özelliğini yasadan alır.

Kağıt para, merkez bankasının ihrac ettiği (bastığı, çıkardığı) banknotlardan oluşur. Altın, dolar, devlet tahvilleri, özel tahviller, zirai senet, ticari senet gibi varlıklar karşılığı banknot ihrac edilir.

Madeni para ise, hazinenin çıkardığı madeni ufaklık paralardan oluşur. Madeni para,nakit paranın %1 veya %2 'sinden fazla olamaz.

Kaydi Para(Banka Parası): Çeke tabi vadesiz mevduat ile vadeli (tasarruf) mevduatlarından oluşur. Para olma özelliğini uygulama geleneği ve halkın gösterdiği güvenden alır. Kimse bunlarla yapılacak olan ödemeleri kabul etmek zorunda değildir.

DAR ANLAMDA PARA ARZI(Ms) = NAKİT PARA(Kağıt para+madeni para) + VADESİZ MEVDUAT
GENİŞ ANLAMDA PARA ARZI(Ms) = NAKİT PARA + VADESİZ MEVDUAT + VADELİ MEVDUAT

NOT: DAR ANLAMDA PARA ARZINA VADELİ MEVDUAT EKLENDİĞİNDE GENİŞ ANLAMDA PARA ARZI ELDE EDİLİR!

Bankaların Kaydi Para Yaratması:

Bankalar toplamış oldukları mevduatları kredi olarak vererek ve bu işlemi tekrarlayarak Banka parası(Kaydi) para yaratır. Ancak şuna dikkat etmek gerekir; Bankalar topladıkları mevduatın Merkez Bankası tarafından yasal olarak belirlenen belli bir oranını(zorunlu rezerv oranı:r) Merkez Bankasında tutmak zorundadır.

Eğer banka sistemi tarafından yaratılan paralar geri dönüyorsa (sızıntı yoksa);

$$\text{Kaydi Para} = \frac{1}{\text{Zorunlu Rezerv Oranı}(r)} \times \text{İlk mevduat}$$

Örnek: Zorunlu rezerv oranı=%5, Bankaya yatırılan ilk mevduat 100tl ise, yaratılan kaydi para ne kadardır?

$$\text{Kaydi para} = \frac{1}{0.05} \times 100 = 2000 \text{ tl}$$

Eğer banka sistemi tarafından yaratılan paralar geri dönmüyorsa (Sızıntı varsa);

$$\text{Kaydi Para} = \frac{1}{(1-g)(1-r)} \times \text{ilk mevduat}$$

g: Mevduatın geri dönüş oranı
r : Zorunlu rezerv oranı

Özetle bankaların kaydi para yaratmasını etkileyen faktörler:

- 1) Geri dönüş oranı ve
- 2) Zorunlu Rezerv oranı

PARA TALEBİ TEORİLERİ

Burada Klasik Miktar teorisi ve Keynesgil para talebi teorisi incelenecektir.

KLASİK MİKTAR TEORİSİ

Klasik Miktar Teorisinin Temel Varsayımları:

- 1) Para sadece mal ve hizmet almak için talep edilir.
- 2) Ekonomi daima tam istihdamdadır. Para miktarındaki değişiklikler üretim ve istihdam üzerinde etkiye sahip değildir.

Miktar Teorisi 2 tipte ele alınır:

1) İşlem Tipi(Fisher): Irwing Fisher tarafından geliştirilen modele göre; bir ülkede dolaşımdaki (tedavülde bulunan) paraların miktarı ile belirli dönemdeki dolaşım hızlarının çarpımı, aynı dönemde paranın aracılık ettiği ticari işlemlerle fiyatların çarpımına eşittir.

$$M \times V = P \times T$$

Bu formülün elde edilmesinde;

$$M \times V + M' \times V' = P \times T$$

M= İtibari(nakit) para

M'= Kaydi Para

V = Nakit(İtibari) paranın dolaşım hızı

V'= Kaydi paranın dolaşım hızı

T = Ticari işlem hacmi

P = Fiyatlar genel düzeyi

2) Para Tutumu Tipi(Cambridge): $Md = k \times P \times Y$

Y:Ulusal gelir

P:Fiyatlar genel düzeyi

K:Ulusal gelirin bir oranı olarak elde tutulmak istenen para miktarı.

Fisher ve Cambridge modellerinin Farkları:

* Fisher'de bireylerin elde tutmak zorunda oldukları para miktarı analiz edilir. Cambridge' de ise para ekonomik nedenlerle elde tutulan bir aktif olarak ele alınır. Elde tutulmak istenenle gerçekte elde tutulan para miktarı arasında fark vardır.

* Fisher ticari işlemleri(T), Cambridge ulusal geliri(Y) ele alır.

* Fisher para arzı, Cambridge ise para talebi üzerinde durur.

Özetleyecek olursak hem Irving Fisher hem de Cambridge ekonomistleri, gelirin bir oranı olacak şekilde para talebi için klasik bir yaklaşım geliştirmişlerdir. Bununla birlikte her iki yaklaşım şu açılardan birbirinden ayrılmaktadır; Cambridge yaklaşımı bireysel tercihleri vurgulayıp faiz oranlarının etkisini göz ardı etmemekte, bunun yanında Fisher, teknolojik faktörleri ön plana çıkarıp faiz oranlarının para talebi üzerinde kısa dönemdeki olası etkilerini göz ardı etmektedir.

KEYNESGİL PARA TALEBİ TEORİSİ(LİKİDİTE TERCİHİ TEORİSİ)

Klasiklere karşı çıktığı iki önemli konu vardır:

1) Serbest girişim ekonomisi kendiliğinden tam istihdam dengesine gelemmez.

2) Klasik teoride, para talebi, faizlere karşı duyarlı değildir. Keyneste ise, para arz ve talebi faiz oranını belirler. Para bir mal değil aktif olarak kabul edilir.

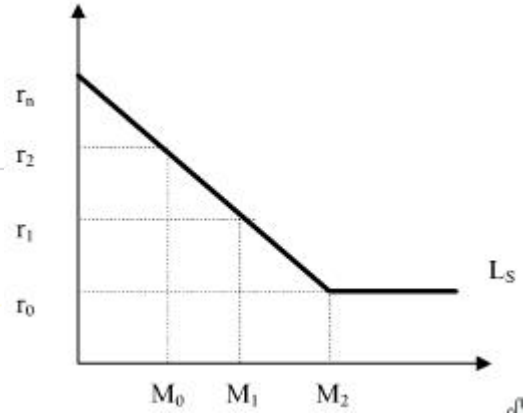
Keynesgil Para Talebi 3'e ayrılır:

1) İşlem(muamele) güdüsüyle para talebi(Md): İnsanlar gelirlerinin bir kısmını ,tüketim ihtiyaçlarını karşılamak için para olarak tutmak zorundadır.Gelir artarken, işlem güdüsüyle para talebi(Md) artar, faize duyarlıdır.

2) İhtiyat güdüsüyle para talebi(Md):Bireyler ileride çıkabilecek önemli bir gideri karşılamak veya çok karlı bir fırsatı kaçırmamak, borcu vadesinde ödemek gibi nedenlerle elde para tutar.

3) Spekülasyon güdüsüyle Para Talebi Md: Bireyler faiz oranındaki değişimlerden yararlanmak amacıyla servetlerinin bir bölümünü para olarak tutar. Spekülatif nedenle, bireylerin elde tutmak istedikleri aylık nakit miktarı, faiz oranı ile ters yönde değişir.

Likidite Tuzağı: Bireylerin aylık ankes talep esnekliğinin sonsuz olduğu durum Likidite Tuzağı olarak adlandırılır. Bu durumda para arzını artırarak faiz oranlarını aşağı çekmek boşunadır. Çünkü kişiler ellerindeki ek reel parayı ellerinde tutacaklar. Bundan dolayı Keynezyen iktisatta paranın ve dolayısıyla para politikasının önemi yoktur. Likidite tuzağındaki ekonomide emisyon hacmi artırılarak (para arzı artırılarak) milli gelir değiştirilemez. Bu nedenle etkili tek politika kamu harcamalarının artırılması, maliye politikasıdır.



Friedman'ın Modern Miktar Teorisi Milton Friedman'ın 1956'da "Paranın Miktar Teorisi: Yeni Bir Yaklaşım" adlı ünlü makalesi ile yeni bir para talebi teorisi geliştirdi. Her ne kadar Friedman sık sık Irving Fisher ve miktar teorisine atıfta bulunuyorsa da para talebi analizleri, Fisher'in analizlerinden çok Keynesyen ve Cambridge ekonomistlerinin analizine yakındır. Kendinden öncekiler gibi Friedman da insanların niçin ellerinde para tuttıkları sorusunun cevabını aramıştır. Friedman, parayı "satın alma gücünün geçici bir barınağı" olarak tanımlamakta ve para analizine de bu açıdan yaklaşmaktadır. Keynes'in yaptığı gibi elde para bulundurmanın amaçlarını analiz etmek yerine, Friedman basitçe herhangi bir

varlığa yönelik talebi etkileyen faktörlerin para talebini de etkileyeceğini savunarak portföy tercihleri teorisini paraya uygulamıştır.

PARA POLİTİKASI

Para politikasının amacı, paranın değerinin istikrarını sağlamaktır.

Türkiye’de para politikasının uygulayıcısı Merkez Bankası’dır. Merkez Bankası, para politikasını uygularken, nihai hedeflere ulaşmak için ara hedefler ve faaliyet hedefleri belirler. Bu amaçlarla Merkez Bankasının kullandığı **Para politikası araçları şunlardır:**

1) **Açık piyasa işlemleri:** Piyasadaki likidite ve kısa vadeli dalgalanmaları düzenlemek amacıyla Açık Piyasa İşlemlerini kullanır. Açık piyasada Doğrudan alım ve satım işlemleri ile Repo ve Ters repo, bankalar arası piyasada ise mevduat alış verişini yaparak ya likiditeyi çeker yada likidite sağlar.

2) **Karşılık oranları:** Merkez Bankası, bu yolla piyasadaki para hacmini kontrol eder. Karşılık oranlarını artırırsa para arzını kısıtlamış olur, tersine karşılık oranlarını azaltırsa para arzını artıran etki yaratır.

3) **Reeskont ve zorunlu devir oranları:** Reeskont kredilerini fiyat istikrarını sağlamaya yönelik kullanır. Piyasaya sinyal verici bir özelliği bulunmamaktadır. Zorunlu devir oranları ise son dönemlerde en çok kullanılan araçtır. Merkez bankası ekonomide kazanılan dövizlerin belli bir oranının kendisine satılmasını öngörmektedir.

ULUSLARARASI TİCARET TEORİSİ

Uluslararası ticaretin dayanağı iki temel teori mevcuttur:

1) Zorlayıcı Teoriler: Ticaretin miktarı, yapısı ve yönünü belirlemek üzere devlet müdahalesinin gerekli olup olmadığını sorgulayan teorilerdir.

2) Tanımlayıcı Teoriler: Ticaretin daha ziyade doğal yapısıyla ilgilidir. Ticari ilişkileri serbestlikten yana destekler. Ticareti "Bırakınız yapsınlar" koşullarında dayalı olarak inceler.

Dış Ticaret Teorilerinin Temel Varsayımları:

- 1) Ekonomi tam istihdamdadır.
- 2) Uluslar arası ticaret iki ülke arasında yapılır.
- 3) Ticarete konu olan sadece iki mal vardır.
- 4) Ticaret takas yoluyla gerçekleştirilir.
- 5) Nakliye ve sigorta masrafları bulunmamaktadır.
- 6) Teknoloji, faktör arzları ve işgücü yeteneği veridir.
- 7) Üretim faktörleri ülke içinde hareketli, ülkeler arasında hareketsizdir.

1) Merkantalizm: Ülkenin refahı sahip olduğu değerli madenlerin miktarı ile ölçülür. Değerli maden miktarını artırmak için ihracata ağırlık verir ve müdahaleci bir akımdır. Siyasal ve ekonomik merkezleşmeye yöneliktir. Uluslararası uzmanlaşma ticarete katılan tüm tarafların yararına. Bir ülkenin kazancı diğerinin kaybı anlamına gelir.

2) Mutlak Üstünlükler Teorisi: A. Smith tarafından "Hangi ülke hangi ürünü daha az kaynakla üretiyorsa, o ülke o üründe uzmanlaşsın ve uzmanlaştığı ürünü ihraç edip diğer ürünleri ithal etsin" görüşü ortaya konmuştur.

Uygun iklim koşulları, doğal kaynaklara yakınlık gibi nedenler ülkenin doğal üstünlük sahibi olması **Doğal Üstünlük Teorisi** olarak açıklanır.

Eğer ülke ürün teknolojisi gibi kazanılmış üstünlüğe sahip ise **Kazanılmış Üstünlükler Teorisi** söz konusudur.

Modern teori Klasik İktisat Doktrini ile başlatılır. Klasik ekolün temelleri ise Adam Smith tarafından atılmıştır. Smith'in 1776 yılında yayınlanan "Ulusların Zenginliği" adlı ünlü eseri hem genel ekonomi biliminin hem de uluslararası ticaret teorisinin temel taşı durumundadır.

Smith'in Klasik Liberalizm'e yön veren görüşlerine göre devlet kişilerin bireysel girişim haklarını kısıtlamamalıdır. ("laissez faire, laissez passer": "bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler"). Bazı ülkeler daha serbest bir ticaret politikası uygulayarak piyasa şartlarının ticari ilişkileri yönlendirmesini amaçlarlar. Buradaki amaç devlet müdahalesinin ekonomiyi optimumdan uzaklaştırmasını önlemektir.

İster müdahaleci, isterse bırakınız yapsınlar (laissez-faire) yaklaşımları benimsensin, temel dayanak noktası ise ticaret teorileri olacaktır

3) Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi: D. Ricardo "Bir ülke ayı anda iki malın üretiminde de üstün ise, hangi malda daha fazla üstünlüğe sahip ise o malda uzmanlaşmalı ve ihraç etmeli ve diğer malı ithal etmelidir" görüşüyle açıklamıştır (1817).

4) Ülke Büyüklüğü Teorisi: Ülkeden ülkeye farklılıklara ve hangi üründen ne kadar ticaret yapılacağını açıklayan dış ticaret teorisidir. a) Kaynakların çeşitliliği, b) Taşıma giderleri, c) Ekonominin büyüklüğü ve üretim ölçeği

5) Faktör Oranları Teorisi: Hecksher-Ohlin "Bir ülke hangi üretim faktörüne daha çok sahip ise, üretimde o faktöre yoğun biçimde ihtiyaç duyulan malların üretiminde uzmanlaşsın. Böylece hem daha ucuza üretir hem de bu mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder." şeklinde ortaya koymuştur. **Bu teoriden 3 tane teori türetilmiştir:**

a) Faktör fiyatları eşitliği teoremi: Serbest ticaret sonucunda faktör fiyatları eşitlenir.

b) Stolper-Samuelson Teoremi: Serbest dış ticaret sonucunda ülkede bol olan faktörün reel geliri artarken kıt olanın azalır.

c) Rybezynski Teoremi: Tam istihdamda, bir faktörün arzı artırıldığında o faktörü yoğun şekilde kullanan malın üretimi artarken diğer malın üretimi azalır.

Leontief Paradoksu: Hecksher-Ohlin teorisine göre sermaye yoğun ülke sermaye yoğun mallar ihraç eder. Fakat ABD, sermaye yoğun olmasına rağmen emek yoğun mallar ihraç etmekte, sermaye yoğun mallar ithal etmektedir.

YENİ TEORİLER (1960): Leontief paradoksunun Hecksher-Ohlin teorisine üzerinde neden olduğu tartışmalardan sonra 1960'lı yıllarda ortaya çıkan teorilerdir.

1) Nitelikli İşgücü Teorisi (Keesing-Kenen): Sanayi ülkeleri arasındaki dış ticaretin nedeni nitelikli işgücü farklılıklarıdır.

2) Teknolojik Açık Teorisi (Posner): Yeni bir mal geliştiren sanayileşmiş ülkeler bu malın ilk ihracatçısı olur. Ancak bu mal zamanla gelişmiş ülkelerde (ağü) üretilir ve bu malın ilk ihracatçısı olan sanayileşmiş ülke az gelişmiş ülkelere ithal etmeye başlar.

3) Ürün dönemleri Teorisi (Vernon): Her ürünün dört dönemi vardır:

- 1) Piyasaya giriş,
- 2) Büyüme,
- 3) Olgunluk,
- 4) Düşüş

1. Aşama: Piyasaya Giriş

Birçok yeni ürün, gelir düzeyi yüksek, gelişmiş ülkelerde üretilerek dünya pazarlarına buradan ihraç edilir. Bunun nedeni bu ülkelerdeki sermayenin bolluğu, nitelikli işgücü ve satın alma gücü de yüksek olan halkın yeni ürün talebidir.

İlk önce ürün geliştirilir, üretilir ve ülke içinde satışa sunulur. Yeni malın üretimi önce ufak çapta yapılır. Üretim sürdürüldükçe üretime ilişkin sorunlar çözümlenir ve ürün geliştirilir. Firmalar yeni ürün geliştirirler çünkü bunu talep eden ve ihtiyaç duyan hazır bir pazarları vardır. Örneğin bir Fransız firması önce Fransa pazarı için yeni ürün geliştirir ve piyasaya sürer. Teorik olarak firma bir ürünü geliştirdikten sonra dünya pazarında herhangi bir yerde de satabilir. Fakat uygulamada üretimin ve satışın ilk aşaması yerel pazarda gerçekleşmektedir. Çünkü malın geliştirilmesinde destek sağlayan onlardır. Böylece firma hem geribildirimini daha çabuk alabilir hem de taşıma maliyetlerinden kurtulmuş olur.

Firmalar teknolojiyi ya yeni bir ürünün yaratılmasında kullanırlar ya da eski ürünlerin değişik yöntemlerle üretilmesinde kullanırlar. Bunu yaparken de hangisi kendilerine üstünlük sağlayacaksa onu tercih ederler. Teknolojik yenilikler ve yeni malların geliştirilmesi İleri sanayileşmiş ülkelerde olur. Bu durum yüksek derecede eğitilmiş işgücünün ve AR-GE'ye yapılan göreceli yüksek harcamaların bir sonucudur,

Örneğin dünyada en fazla AR-GE harcaması yapan ilk 50 şirketin tamamı gelişmiş ülkelerde yer almaktadır. Ürünün başlangıç döneminde ülkeler üretimlerinin küçük bir bölümünü, ürünü duyan ve ısrarla arayan müşterileri için yurtdışına satabilirler. Sattıkları ülkeler de genelde diğer gelişmiş ülkelerdir. Çünkü yeni ürünler için harçayacak parası olan ve yeni ürünler talep eden müşteri kitlesi bu ülkelerde bulunur.

Bu aşamada gerçekleştirilen üretim diğer dönemlere göre daha emek yoğun olur. Çünkü üretim süreci henüz standart hale getirilmemiştir ve pazardan gelen geribildirime göre ürünün özelliklerinde hızlı değişiklikler yapmak gerekebilir. Bu da sermaye yoğun otomasyon üretime göre daha emek yoğun bir üretim şeklidir. Buna ek olarak ürünün büyük ölçekte üretilmesi için gerekli olan malkınalar daha sonra kurulur. Çünkü ilk önce ürünün satışından elde edilecek gelirin makinelerin yüksek maliyetini karşılayabilecek düzeyde olup olmadığının denemesi gerekir. Ürünün ilk üretimi emek maliyetinin yüksek olduğu gelişmiş ülkelerde gerçekleştirilir. Bir görüşe göre maliyeti yüksek emek ile üretimin gerçekleştirilebilmesi üreticinin teknelci gücünden kaynaklanır.

Çünkü üreticinin başlangıçta rakibi yoktur ve bu da ilerideki fiyat düşüşlerini bekleyemeyecek kadar sabırsız ve varlıklı müşterilere maliyetlerin yansıtılabilmesini sağlar. Diğer bir görüş ise gelişmiş ülkelerin eğitilmiş ve nitelikli işgücü sayesinde üretim aşamasındaki sorunların giderildiği şeklindedir. Üretimde otomasyona geçildikten sonra nitelikli işgücüne ihtiyaç kalmaz çünkü vasıfsız işçiler de sürekli aynı işleri tekrarlayacaklarından kolayca eğitilebilirler.

2. Aşama: Büyüme Dönemi

Yeni ürünün satışları artınca rakipler piyasaya girmeye başlar. Aynı zamanda dünya pazarlarında ve özellikle gelişmiş ülkelerde talep artmaya başlar. Aslında dışarıdan gelen talep orada üretim yapmayı ve taşıma maliyetlerinden kurtulmayı gerektirecek kadar yüksektir. Fakat yabancı ülkede kurulan üretim tesisinin çıktısının tamamı o ülkede kalır. Örneğin ürünü geliştiren Amerika'da ve ek üretim tesisi de Japonya'da olsun. Japonya'daki üretici sadece Japonya'da satış yapar. Bunun birkaç nedeni vardır.

- 1) Japon pazarında ürün için her geçen gün artan bir talep vardır.
- 2) Üretici Japon tüketicisinin zevklerine göre üründe bazı değişiklikler gerçekleştirmiştir.
- 3) Japonya'da üretimin başlangıç maliyetleri hala çok yüksek olabilir.

Yurt içinde ve dışında satışlar hızla arttığı için, firmaların üretim teknolojilerini arttırmaları için teşvikler vardır. Fakat pazardan pay kapmaya çalışan rakiplerin üründe yaptıkları değişikliklerden dolayı üretim teknolojisi yeterince geliştirilemeyebilir. Yani bu aşamada da üretim gittikçe azalsa da hala emek yoğun olabilir. Ürünü geliştiren ülke bu aşamada ihracatını artırır fakat bazı önemli ihraç pazarlarını da bu ülkelerdeki yerel üreticilere kaptırabilir.

3. Aşama: Olgunluk dönemi:

Ürünün olgunluk aşamasında bazı ülkelerde ürüne talep artarken bazılarında da azalır. Bu aşamada ürün büyük ölçüde standart hale geldiğinden maliyet unsuru önemli bir silah haline gelir. Üretim tesislerinin kapasiteleri artırılarak ölçek ekonomileri sayesinde birim maliyetler azaltılır. Birim maliyetlerin düşmesi ürüne gelişmekte olan ülkelere de talep yaratır.

Standart üretimin maliyetini düşürmek için üretim, örneğin işçi ücretlerinin düşük olduğu öteki ülkelere kaydırılır. Çünkü ürünü geliştiren ülkede yüksek derecede kalifiye işgücü dolayısıyla üretim maliyetleri göreceli olarak yüksektir. Artık AR-GE harcamalarına ve yüksek mühendislik becerilerine

sahip emeğe gerek kalmayan bu aşamada, üretimin başka ülkelere kaydırılması daha ekonomik duruma gelir. Yenilikçi ülkede hala bir kısım mal üretilir. Ancak malın lisansını alan düşük maliyetli yeni üreticilerin ihracat piyasalarını ele geçirmeleri ile yenilikçi ülkenin ihracat hızı kesilir.

4. Aşama: Düşüş dönemi

Ürün düşüş dönemine girdiğinde olgunluk aşamasında başlayan gelişmeler hızlanarak devam eder. Tüketiciler devamlı yeni ürünler talep ettiklerinden gelişmiş ülkelerdeki talep azalması daha hızlı olur. Bu dönemde çok önemli hale gelen Pazar ve maliyet unsurları üretimin tamamının gelişmekte olan ülkelerde yapılmasını gerektirir. Başka bir ifadeyle ürünü geliştiren ve başlangıçta diğer ülkelere ihraç eden

ülke ithalatçı konumuna gelmiş olur. Artık sıra yeni teknolojik buluşların aranmasına gelir. Aslında bir yandan bu süreç oluşurken, diğer yandan da başka yenilikler peşinde koşulmaktadır. Dolayısıyla yeniliklerin ortaya çıkması kesintisiz bir süreçtir.

4)Tercihlerde Benzerlik Teorisi(Linder): Sanayi ürünlerindeki ticareti belirleyen arz koşullarından çok talep koşullarıdır. Bir ülkenin iç piyasası için ürettiği malları ihraç edebileceği piyasalar tercihleri kendininkine benzeyen diğer ülkelerdir.

5)Ülke Benzerliği Teorisi: Günümüzde sanayileşmiş ülkeler arasında ticaretin artış nedeni doğal üstünlükler değil, ürün teknolojisi gibi kazanılmış üstünlüklerdir. Bu teoriye göre bir firma yerel pazardaki şartlara uygun bir ürün geliştirdiğinde ve bunu daha sonra yurtdışına satmak istediğinde yerel pazarına en çok benzeyen ülkeyi tercih edecektir.

6) Ölçek Ekonomileri Teorisi: Ölçek ekonomisi bütün girdilerde (sermaye de dahil olmak üzere) meydana gelen artışla bağlantılı olarak ortalama (birim) maliyetlerin düşmesini açıklar.

7) Monopolcü Rekabet Teorisi:İki yönlü ticareti açıklamıştır. Diğer bir ifadeyle bir ülkenin aynı malın değişik türlerini neden hem ihraç hem de ithal ettiğini açıklar. Aynı endüstride yer alan firmaların ürettiği mallar, dış görünüş, kalite, kullanım, satış sonrası hizmetler bakımından farklıdır.

8) Endüstri İçi Ticaret: Bir ülkenin aynı endüstrinin mallarını hem ihraç hem de ithal etmesidir. Endüstri içi ticaretin nedenleri:

- Mal farklılaştırması,
- Ölçek ekonomileri,
- Taşıma giderleri,
- Çevre standartları

STRATEJİK TİCARET POLİTİKASI

Hükümetler ticaret politikalarını değiştirmek suretiyle rekabet koşullarını değiştirmeye çalışırlar. Bu alanda kullanılan 2 temel hükümet politikası vardır:

A) Sanayinin tümünü etkileyecek şartları

değiştirmek: Faktör oranlarını, etkinliğini, buluşları etkileyen şartları değiştirmek. Stratejik ticaret politikası olarak sanayinin tümünü etkileyen şartları değiştirecek önlemler:

- 1) Ulaşım, İletişim ve Altyapı hizmetlerini kurmak
- 2) İnsanları eğitmek
- 3) Rekabet ortamını tesis etmek
- 4) Sermaye piyasasının işlemlerini sağlamak
- 5) Tüketicilerin bilinçlendirilmesi

B) Hedeflenen Endüstriyi Etkileyecek Şartları

Değiştirmek: Çoğunlukla küçük teşvikler söz konusudur.

Uluslararası Rekabetçi Gücün Belirleyicileri:

1) Faktör Koşulları: Fiziksel kaynaklar, insan kaynakları, sermaye maliyeti ve bulunabilirliği, coğrafi konum gibi.

2) Ülke içi talep koşulları: İç pazardaki talep, niteliği , alıcıların titizliği rekabet üzerinde etkili olur.

3) İlgili ve destekleyici endüstrilerin varlığı ve gelişmişlik düzeyi.

ULUSLARARASI İKTİSAT POLİTİKASI

Rekabet gücü olmayan endüstrilerin gelişebilmesi için serbest ticaret hükümetler tarafından kısıtlanır. Bunun yanında bazı makro ekonomik amaçlara ulaşmak için de hükümetler dış ticareti kısıtlar. Bütün bunlar için dolaylı ve doaysız müdahaleyi kullanırlar.

Dolaylı Müdahale: Fiyat istikrarı, tam istihdamı sağlamak gibi başka amaçlar için yapılan müdahaledir.

Dolaysız Müdahale: Ülkenin dış ticaret akımlarını kısıtlamak ve düzenlemek için yapılan müdahaledir.

Dış Ticaret Politikasının Amaçları:

- 1) Ödemeler dengesizliklerinin giderilmesi
- 2) Dış rekabetten korunma
- 3) Ekonominin liberalleşmesi
- 4) Ekonomik kalkınma
- 5) İç ekonomik istikrarın sağlanması
- 6) Piyasa aksaklıklarının giderilmesi
- 7) Hazineye gelir sağlamak
- 8) Dış piyasalarda monopol gücünden yararlanma
- 9) Sosyal ve siyasal nedenler
- 10) Otarşi

Otarşi: Ekonomik bakımdan kendi kendine yeterlidir. Bu politikayı benimseyen ülkelerde ticaret politikasının amacı dış dünya ile ekonomik bağların en aza indirilmesidir.

DIŞ TİCARET POLİTİKASININ ARAÇLARI

1) Gümrük tarifeleri: Ülke sınırından geçiş sırasında alınan vergilere denir. En eski koruma ve gelir sağlama aracıdır.

2) Tarife dışı engeller: Döviz çıkışına neden olan işlemleri azaltmak amacıyla hükümetin tek taraflı kararı ile alınan önlemlerdir.

a) Miktar Kısıtlamaları; doğrudan ithatı kısıtlar

b) Tarife Benzeri Faktörler; ithalatı pahalılaştırıp yerli üretimin karlılığını artıran önlemler.

c) Görünmez Engeller; Yeni korumacılık önlemleri arasında yer alır. Çevre koruma, halk sağlığı gibi nedenlerle idari, teknik ve standart düzenlemelerdir.

d) Gönüllü ihracat Kısıtlamaları; İthalatçı ülkenin piyasasını bozduğu gerekçesiyle ülkenin mal ihracatını kısıtlamaya yönelik bir çeşit kota uygulamasıdır.

3) İhracat Teşvikleri: İhracatçıya kazandırdığı döviz karşılığında daha fazla yerli para ödenmesi ve ihracat maliyetini azaltıcı önlemlerdir.

4) Bağlı Ticaret: Temel amaç ülkenin döviz rezervlerini korumaktır. Takas, karşı satın alım, geri satın alım ve dengeleme yöntemlerini kapsar.

ÖZEL DIŞ TİCARET REJİMLERİ

1) Geçici ithal, geçici ihraç: Gümrük vergisi alınmadan ileride yurtdışına çıkarılmak üzere ülkeye giren mallara yada tersi duruma uygulanan rejimdir.

2) Serbest bölgeler: Ülke sınırlarının içinde ama gümrük hattının dışındaki yerler.

3) Antrepolar: Yabancı malların tarife ödemediği gümrük makamlarının denetimi altında uzunca bir süre muhafaza edilmesine yarayan kapalı alanlardır. Gerçek Antrepo: Doğrudan gümrük idaresi işletiyorsa. Aktif Antrepo: Özel kişiler işletiyorsa.

4) Transit taşımacılık: Bir ülkeden diğer ülkeye gönderilen malların yol üzerinde üçüncü bir ülkeden geçmesi durumudur. Hiçbir şekilde vergi ödenmez.

5) Bedelsiz ithalat: Yurtdışında kazanılmış gelirle ithal malların gümrüklü yada gümrüksüz ülkeye girişine izin veren rejim.

6) Sınır ve kıyı ticareti: Ortak kara ve deniz sınırı olan ülkelerle yapılan ve özel rejime tabi olan ticarettir.

GÜMRÜK TARİFE SİSTEMLERİ

Tek Kolonlu Tarife: Her mala tek vergi uygulanır. Gelir sağlama veya koruma amacıyla uygulanır.

Çift Kolonlu Tarife: Dünya ticaret Örgütüne(WTO) üye olanlara düşük tarife, üye olmayanlara yüksek tarife uygulanır.

Üç Kolonlu Tarife :En yüksek tarife üye olmayanlara, dünya ticaret örgütüne(WTO) üye olanlara orta tarife ve en düşük tarife de AB' ye üye olanlara uygulanır.

GÜMRÜK TARİFE TÜRLERİ

1) Ad valorem Tarife:Malın değeri üzerinden % olarak hesaplanır. Malın değeri ise iki şekilde belirlenir:

FOB(Free on Board):Malın,satıcının limanındayken gemiye yüklendiği andaki fiyatı.

CiF:Malın alıcı ülkenin limanına laştığı andaki fiyatıdır.

2) Spesifik Tarife:Fizik miktar üzerinden sabit alınan tarifedir.

3) Karma Tarife:Belirli bir orana kadar % değer üzerinden ,bu miktarı aştığında miktar üzerinden alınan vergidir.

GÜMRÜK VERGİSİNİN AMAÇLARI

1) Koruma etkisi: İthalata vergi konarak ,yurtiçi fiyatları artırmak suretiyle yerli üreticileri dış rekabetten korumak. Konulan tarifenin ithalatı sınırlaması dırımında bu tarifeye YASAKLAYICI TARİFE denir.

2) Gelir Sağlama Etkisi: Hazine için önemli bir gelir kaynağıdır.

Gümrük Vergisinin Ekonomik Etkileri

A. Dar Anlamda Etkiler(Kısmi Denge)

1.Üretim Etkisi: Gümrük vergisi arttığında ithal malın yurtiçi fiyatı artar ve yerli üretim artar.

2.Tüketim etkisi: Gümrük vergisi arttığında ithal malın yurtiçi fiyatı artması tüketimi azaltır,tüketici refah kaybına uğrar.

3.Dış ticaret etkisi: Gümrük vergisi arttığında ithalat azaldığı için dış ticaret olumsuz etkilenir.

4.Bölüşüm etkisi: Yurtiçi üreticilerin tüketici gelirlerinden elde ettiği aşırı karlar ulusal gelirin yeniden bölüşümüne neden olur.

B. Genel Etkiler

1.Gümrük vergisinin yansımaları sorunu: İthalatçı gümrük vergisinin tamamı veya bir kısmını fiyatlara yansıtır. Bunun sonucunda gümrük vergisini tüketiciye yansıtmış olur.

2.Etken dış koruma: Gümrük vergisi o malın yerli üreticisini konula vergi oranında korumuş olur.

DIŞ TİCARETTE KORUMACILIK

Dış ticarete korumacılığın Etkileri:

Monopolü destekler Kaynakların etkin dağılımlını bozar. Bir sanayinin desteklenmesi diğerlerini olumsuz etkiler

Korumacılığın Nedenleri:

- 1) Ulusal güvenlik
- 2) Stratejik ticaret politikası
- 3) Dampinge Karşı koruma
- 4) Genç endüstriler tezi
- 5) Dış ticaret hadlerinin iyileştirilmesi
- 6) Ulusal pazarlık gücünün artırılması
- 7) Ödemeler bilançosunun iyileştirilmesi ve işsizliğin azaltılması

Tarife Dışı Dış Ticaret Politikasının Araçları

A. Miktar Kısıtlaması(Kota)

İthalat hacmini doğrudan sınırlar. Bu kısıtlamalar arasında yer alan uygulamalar:

1) İthalat Kotaları: İthal edilecek mal üzerinden fiziki miktar veya değer olarak konulan sınırlamaları gösterir.

- **Global Kota:** Ülke farkı gözetmeksizin direkt olarak mal miktarına uygulanan kısıtlamalardır.
- **Tahsisli Kota:** Kotanın özel ithalatçılar arasında belirli Şekil Şartlarına göre dağıtılmasını gösterir.

Kotanın Ekonomik Etkileri

- 1.Üretim etkisi:Üretim artırıcı etki
- 2.Tüketim etkisi:Tüketimi azaltıcı etki
- 3.Refah etkisi:Refahı azaltıcı etki
- 4.Gelir dağılımlı tüketiciden üretici lehine olur.
- 5.Kıtlık rantı oluşur.

Kotanın Özellikleri:

- 1) Bürokrasi yaratır.
- 2) Fiyat mekanizmasını ortadan kaldırır.
- 3) Karaborsa oluşur.
- 4) Kotalarda saydamlık yoktur.

Kotanın Avantajları:

- 1) İthalatı azalttığı için ödemeler bilançosunu olumlu etkiler.
- 2) Talep esnekliği az olan mallarda gümrük tarifeleri etkin değildir, fakat kotalar etkindir.

B.İthalat Yasakları: Bir ülkeye bazı malların girişini **tamamen yasaklayan** önlemlere ithalat yasakları denir.

İthalat Yasaklarının Nedenleri:

- 1) Dış açıkların kapatılmasına yardımcı olur.
- 2) Gereksiz lüks mal ithalatını yasaklayarak döviz tasarrufu sağlar.
- 3) Yerli sanayiye tamamen dış rekabetten korur.
- 4) Kamu ahlakı ve halk sağlığını korur
- 5) Siyasal nedenler

C. Döviz Kontrolü: Sabit kur sisteminde resmi kurun piyasadaki kurunun altında belirlemesiyle sağlanan kontroldür. Sonuçta döviz karaborsası oluşur.

D. Çoklu Kur Uygulaması: Farklı malların ithalatına farklı kur uygulanmasıdır.

Yeni Korumacılık ve Diğer Tarife Dışı Araçlar

1) Gönüllü İhracat Kısıtlamaları: İthalatçı sanayi ülkesi ihracatçı az gelişmiş ülke(ağü) ile anlaşarak ihracata kota koyarak yurtiçi endüstrisini korur.

2) Görünmez Engeller: Sağlık,güvenlik,çevre standartları ve idari düzenlemeler gibi nedenlerle yabancı mal girişi engellenerek yerli üretim dış rekabetten korunur.

3) Damping: Malı dış piyasada iç piyasaya oranla daha ucuza satmaktır.

4) İhracat Sübvansiyonları: İhracatın özendirilmesi amacıyla uygulanır.

5) Fark Giderici Vergiler: İthalata rakip olan yerli üretimi korumak amacıyla yüksek iç fiyatlar belirlenir.

6) İhracat vergileri: İhracatı kısıtlamak amacıyla uygulanır.

7) Kamu ihaleleri: Kamu kuruluşları mallarını yerli kaynaklarla üretmeye özen gösterir.

8) Yurtiçi katkı zorunluluğu: Yabancı sermayenin yerli ekonomiye katkısı için yurtiçi kaynak kullanımı zorunludur.

DÖVİZ PİYASASI

Döviz: Yabancı ülke parası ve para yerine geçen her türlü yabancı ödeme aracı (EFT,çek,ödeme emirleri, yabancı mevduat sertifikası) döviz olarak tanımlanır.

Efektif Döviz: Nakit yabancı paradır.

Döviz Piyasası

1) Örgütlü Olmayan Piyasalar: Alıcı ve satıcıların karşılaŐtıkları fiyat üzerinde anlaşarak alım ve satım yaptıkları piyasalardır.

Döviz piyasaları belirli bir fiziksel alanda kurulu değildir.

2)Evrensel Piyasalar: 24 saat işlem yapan ve dünyanın farklı yöreleri ile sürekli iletişim içinde olan piyasadır.

3) Anında Teslim Piyasası ve Geleceğe Yönelik İşlem Piyasası: İki'ye ayrılır:1.Anında teslim; anlaşmaya varılınca bekletmeden ulusal para-döviz işlemi gerçekleştirilir. 2.Geleceğe yönelik işlem; Döviz kuru teslim tarihinden önce belirlenir. Ödeme belirlenen vadede önceden anlaşılan kur üzerinden yapılır.

Döviz Talebi: Satın alınan dövizlerden oluşur.

Hangi amaçlarla Döviz Talebinde Bulunulur?

- 1) Spekülasyon yapmak
- 2) Uluslar arası alanda işlem yapmak
- 3) Sınır ötesi sermaye işlemleri
- 4) Ulusal para tasarruflarını enflasyona karşı korumak

Döviz Arzı: Elleriinde döviz bulunanlar, ulusal para karşılığı bu dövizleri bankalara satar.

Döviz Kuru (Döviz Fiyatı)

Kotasyon: Bir yabancı paranın ulusal para cinsinden değerinin hesaplanmasıdır.

Dolaysız Kotasyon: 1birim yabancı paranın değiştirilebildiği ulusal para miktarıdır.

Dolaylı Kotasyon: 1birim ulusal para ile değiştirilebilen yabancı para miktarıdır.

Kur Marjı: Döviz alış kuru ile satış kuru arasındaki farktır.

Dolaysız kur ; 1\$=1.4 tl Çapraz kur; 1\$=1.2 £

$$\text{Marj Yüzdesi} = \frac{P_s - P_A}{P_s} \times 100$$

P_s => Satış Kuru

P_A => Alış Kuru

Bu marj yüzdesini yıllık olarak ifade edersek.

$$\text{Kur Marjı} = \frac{P_s \times P_A}{P_s} \times \frac{360}{\text{Gün Sayısı}} \times 100$$

Efektif Kur: Ulusal paranın ülkenin başlıca ticaret ortaklarının paralarıyla olan kurlarının ağırlıklı ortalaması alınarak hesaplanan ulusal paranın, dış değerine denir.

Nominal kur: Piyasada geçerli olan kurdur.

Reel kur: Nominal kurların enflasyon oranına göre ayarlanmasıyla bulunan kurdur.

Döviz Arbitrajı: Fiyat farklılığından yararlanmak üzere dövizin eş anlık olarak alınıp satıldığı durumu gösterir.

Döviz Arbitrajının Koşulları: 1)Döviz giriş çıkışı serbest olmalı. 2)Serbest piyasa. 3)Alım satım aynı anda gerçekleşmeli

Döviz Piyasasında Bankaların Aracılık İşlemleri

1.Müşterilerle döviz ticareti. Perakende döviz piyasası
2.Uluslararası ödeme işlemleri. Türk-Alman (muhabir) banka arası SWIFT işlemleri. Uluslararası bankalarla işbirliğine giren bankaya **Muhabir Banka** denir.

3.Bankalar arası döviz işlemleri: Toptan döviz piyasası. Alınan döviz miktarı satılana kadar fazla ise fazla pozisyon, Satılan döviz miktarı alınana kadar fazla ise açık pozisyon olarak tanımlanır.

Ulusal Paranın Konvertibilitesi:Bir ülkenin parasının döviz piyasalarında serbestçe alınıp satılması.

Konvertibilite için gerekli Koşullar:

Temel Koşul

- 1) Serbest döviz piyasası.
- 2) Dış ticaret dengesi olmalı.
- 3)Yeterli döviz(dolar) rezervi olmalı. 4)Gerçekçi(reel) döviz kuru politikası olmalı 5)Para ve sermaye piyasalarını dünya ile bütünleştirmek gerekir.

Ulusal Paranın Konvertibilitesinin Yararları:

- 1) Bürokrasi kalkar.
- 2) Dış ticaret ve mali ilişkiler gelişir.
- 3) Dünya ekonomisine karşılaştırmalı üstünlük modeline uygun şekilde gelişmesine katkıda bulunur.

Döviz Kuru Sistemleri

Serbest Kur Sistemi

Döviz Kuru rekabetçi piyasada döviz arz ve talebine göre belirlenir.

Döviz arzı =Döviz talebi ise Ödemeler Bilançosu Dengesi sağlanır

Döviz talebi>Döviz arzı ise dış açık ortaya çıkar, merkez bankası döviz satar

Döviz talebi<Döviz arzı ise dış fazla ortaya çıkar, merkez bankası döviz(dolar) alır

Sabit Kur Sistemi

1) Altın para sistemi : Ulusal paralar belirli ağırlıktaki saf altın olarak değerlendirilir.

2) Günümüzdeki sabit kur: Bretton Woods sistemi; her ülke ulusal parasını dolar 'a bağlar. %1 dalgalanmaya izin verilir.

Serbest Kur Sisteminin Lehindeki Görüşler:

- 1) Dış denge kendiliğinden sağlanır.
- 2) Ulusal paranın gerçek değerini yansıtır.
- 3) Dış rezerv ihtiyacını azaltır.
- 4) İç dengeye yönelik politikalarda bağımsız hareket etme olanağı sağlar.
- 5) Ekonomi dış şoklardan korunur.
- 6) Sadelik
- 7) Ani ve büyük kur değişimlerinden korunur.
- 8) Karşılaştırmalı üstünlük teorisi'ne uygun ticaret

Serbest Kur Sisteminin Aleyhindeki Görüşler:

- 1) Ticaret ve yatırımları caydırıcı etki
- 2) Yurtiçi enflasyon
- 3) Kısa dönem kur değişimlerinde hedefi aşma
- 4) Esnekliklerin düşüklüğü ve istikrar bozucu spekülasyon

Geleceğe Yönelik Döviz Piyasaları

1. **Kur değişmesi risklerine karşı korunma (hedging):** İthalat yaparken sipariştten sonra kurun artışı maliyetleri artırır. Bunu önlemek amacıyla daha sonraki ödeme için bugünden döviz alınır. Buna hedging önlem denir.
2. **Vadeli Teslim Piyasaları(Forwards Markets):** Gelecekte yapılacak ödemenin bugünden kuru belirlenir.
3. **Faiz arbitrajı:** Ekonomik varlıkları ucuz piyasadan alıp pahalı piyasada satarak risksiz kar sağlamaktır. Arbitraj sonucunda **tek fiyat kanunu** oluşur.
4. **Döviz swapları:** Bir süre sonra tekrar satın almak koşuluyla dövizlerin satılıp teslim edilmesidir.

KUR DEĞİŞMELERİNİ AÇIKLAMAYA YÖNELİK TEORİLER

1) Dış Ticaret Akımları Yaklaşımı:

$X > M$ ise kur düşer ulusal para değer kazanır
 $X < M$ ise kur yükselir ulusal para değer kaybeder.

Eksiklikleri:

- 1) Hızlı büyüyen ülkenin ulusal parasının değeri düşer. Gerçekte bu durumun tersi olur.
- 2) Dış ticaret açığı sonucunda ülke parasının değerinin düşeceğini açıklar. Gerçekte olmayabilir, dolayısıyla teori gerçeği açıklayamamaktadır.

2) Satın alma Gücü Paritesi Yaklaşımı: Ticareti yapılan alın mevcut döviz kurundan ulusal paraya çevrilmiş olan fiyat dünyanın her yerinde aynıdır. Bu yaklaşım iki'ye ayrılır

a) Mutlak Parite: Ulusal para dünyanın her yerinde aynı satın alma gücüne sahiptir.

b) Göreceli Parite: Kurlardaki değişimin neden ülkeler arasındaki enflasyon oranı farklarıdır.

3) Parasalcı Yaklaşım: Para stoğu artarsa harcamalar artar. Bu da döviz talebini ve döviz fiyatını(kuru) artırdığı için ulusal paranın değeri düşer.

4) Portfolyö Dengesi Yaklaşımı: Yabancı menkul değerlerin arz ve taleplerine bağlı olarak döviz kurlarında günlük dalgalanmalar gözlemlenir.

ÖDEMELER BİLANÇOSU

Yurt içi yerleşikler ile yurtdışı ekonomik birimler arasındaki mal ve hizmet ticareti ile diğer ekonomik ilişkileri gösteren tablodur. İki ülke arasındaki ilişkiler mal ve hizmet ticareti(ihracat ve ithalat) Ve Finansal ilişkilerden(tahvil, hisse senedi alım satımı gibi) oluşur.

Ödemeler bilançosu tanımında dikkat edilmesi gereken iki nokta vardır. Bunlardan birincisi yerleşiklik tanımıdır. Bir ekonominin yerleşikleri, tümü o ekonominin topraklarıyla olan ilişkileriyle tanımlanan, genel hükümet, bireyler, bireylere hizmet sunan kar amacı gütmeyen özel kuruluşlar ve girişimlerden oluşur. Burada önemli olan işlem yapının uyruğunun değil, o ülkede bulunmasının dikkate alındığıdır. Yani Türkiye'de meskûn yabancılar da bu gruba dahil edilir. Ödemeler bilançosu tanımındaki İkinci önemli nokta İse ekonomik işlemlerden oluştuğudur. Yani ya parasal sonuç doğurmak, ya da para ile karşılanabilen sonuçlara yol açmak incelenen kriterlerdir.

Ödemeler Bilançosunda **Varlıklar=Yükümlülükler**

Temel Hesap Grupları

- Cari İşlemler Hesabı
 - Sermaye Hesabı
 - Resmi Rezervler Hesabı
 - İstatistiki Farklar
- Otonom İşlemler**
Denkleştirici İşlemler

- Cari işlemlere mal ve hizmet akımları ile ilgili işlemler kaydedilir
- Sermaye hesabına ise sınır ötesi sermaye işlemleri kaydedilir.
- Resmi Rezervler hesabına ise Merkez Bankasının piyasaya müdahale nedeniyle yaptığı döviz alım satım sonucunda ülkenin resmi rezervlerindeki değişmeyi gösterir.

Cari İşlemler Hesabı ve Sermaye Hesabı Otonom işlemler dengizlik doğuran çizgi üstü hesaplar Resmi Rezervler hesabı ise denkleştirici çizgi altı hesaplardır.

I) Cari İşlemler Hesabı: 3 kalemi vardır:

1) Mal ticareti: İhracat(X) ve ithalatı(M) kapsar. Toplam mal ihracatı ve ithalatı arasındaki farka **Dış Ticaret dengesi** denir.

2) Uluslararası hizmetler: Turizm, uluslararası taşımacılık, yabancı sermaye yatırımları gelir ve giderleri (dış borç faizleri, kar transferleri vs.), uluslararası bankacılık sigortacılık, özel hizmetler, resmi yurtdışı hizmetleri

3) Tek taraflı transferler: Bağış, hibe, işçi gelir giderleri.

II) Sermaye Hareketleri Hesabı: 4 kalemi vardır:

1) Doğrudan yatırımlar: Yurtiçi yerleşiklerin yurtdışına, yurt dışındaki yerleşiklerin de yurtiçinde yaptığı sabit yatırımların farklarıdır.

2) Portföy Yatırımları: 1 yıldan uzun vadeli borç alıp verme işlemleridir.

3) Uzun vadeli sermaye hareketleri: 1 yıldan uzun vadeli banka borçlanması, sendikasyon kredileri vs.

4) Kısa vadeli sermaye hareketleri: Vadesi 1 yıldan az sermaye işlemleri, banka döviz hareketlerinden oluşur.

III) Resmi Rezervler Hesabı:

\$, altın, IMF kaynaklarından(Özel çekme hakları- SDR) oluşmaktadır. Bu hesap genellikle Merkez bankasının döviz piyasasına müdahalesinden kaynaklanan işlemleri kapsar. Resmi rezervlerdeki azalma(döviz satışı) alacak, artışı ise (döviz alımı) borç niteliğindedir.

IV) İstatiksel Hata:

Hesaplardaki gecikme, unutmama ve hatalardan kaynaklanan farklar bu hesapta yer alır.

Borçlar (- ile kaydedilenler)	Alacaklar (+ ile kaydedilenler)
I. CARI İŞLEMLER HESABI	
(A) Ticaret Dengesi	
Mal ve hizmet ticareti ve transfer işlemleri	
- Türkiye'ye ithalat	- Türkiye'den ihracat
(B) Gelir Hesabı	
Yabancılar kâr payı ve faiz ödemeleri	Yabancılardan kâr payı ve faiz hasılatı
II. SERMAYE VE FİNANS HESABI	
Sermaye çıkışları	Sermaye girişleri
- Türkiye'de yerleşiklerin yabancı varlık sahipliği artışı	- Yabancıların Türk varlıkları sahipliği artışı
- Yabancıların Türk varlıkları sahipliği azalışı	- Türkiye'de yerleşiklerin yabancı varlık sahipliği azalışı
III. RESMİ REZERVLER HESABI	
- TCMB'nin resmi rezerv artışı	- TCMB resmi rezerv azalışı
- Yabancı Merkez Bankalarının TL rezervleri azalışı	- Yabancı Merkez Bankalarının TL rezervleri artışı

Cari Denge

Cari Açık: Ülke varlıkları satılır yada borçlanılır. Sermaye girişi olur. GSYİH(Gayri safi yurt içi hasıla)'nın % 3-4 'ü tehlikeli açık, %7-9' u aşırı riskli açıktır.

Cari Fazla: Diğer ülke varlıkları satın alınır, borç verilir veya sermaye çıkışı olur.

ÖDEMELER BİLANÇOSU DENGELERİ

Temel Denge : Cari işlemler bilançosu ile uzun süreli sermaye bilançolarının toplamından oluşur. Bu dengenin özelliği, ödemeler bilançosundaki uzun vadeli gelişmeleri ortaya koymasıdır. Böylece denge, dalgalanmaların ve spekülatif hareketlerin etkilerinden arındırılmış olur. Bu denge kavramına göre mal ve hizmetler, tek yanlı transferler ve uzun süreli sermaye, otonom İşlemler olarak çizgi üstüne kaydedilir. Buna karşılık, kısa süreli sermayenin tümü ve resmi rezerv değişimleri de denkleştirici kabul edilerek çizgi altında gösterilir.

Likidite Dengesi: Temel dengeye kısa süreli resmi sermaye dengesinin eklenmesiyle elde edilir. Bu tanımlamada uzun süreli sermaye ve kısa süreli özel sermaye otonom, resmi rezervlerle resmi kısa süreli sermaye denkleştirici işlem olarak kabul edilir.

Resmi Rezerv İşlemleri Dengesi : Bu denge tanımında, ülkenin yabancı resmi kuruluşlara olan kısa süreli sermaye borçları ile resmi rezerv işlemleri denkleştirici olarak çizgi altına kaydedilir. Böylece resmi rezerv işlemleri dengesinde bütün özel işlemler çizgi üstüne konmuş olmaktadır. Bu tanımlama, döviz piyasasında ulusal para üzerindeki olası bir baskıyı ölçen bir araç durumundadır.

TEMEL DENGE = Cari denge + Uzun vadeli sermaye dengesi.

Bu denge uzun vadeli gelişmeleri gösterir. Temel dengeye göre, mal ve hizmetler, tek taraflı transferler ve uzun vadeli sermaye hareketleri **otonom işlemler** olara çizgi üzerine kaydedilir. Kısa süreli sermayenin tümü ve resmi rezerv değişimleri **denkleştirici** olarak kabul edilerek çizginin altında gösterilir.

LİKİDİTE DENGESİ=TEMEL DENGESİ+Kısa vadeli sermaye dengesi

Daha ayrıntılı yazılırsa;

LİKİDİTE DENGESİ= Cari denge + Uzun vadeli sermaye dengesi+ Kısa vadeli sermaye dengesi

Ödemeler dengesinin iki temel hesabı, cari hesap ve sermaye hesabı olduğu için, cari hesap açığı sermaye hesabı fazlasına eflit olmak zorundadır. Diğer bir deyişle (+) ve (-) veren kalemler alt alta sıralanıp toplanırsa toplam sıfır olacaktır. Buna göre;

$\text{Ödemeler Dengesi} = \text{Cari Hesap Dengesi} + \text{Sermaye ve Finans Hesabı Dengesi} = 0$ Ülkenin Merkez Bankasının uluslararası rezerv stoklarındaki değişme

$\text{Cari Hesap} + \text{Düzenli Sermaye Hesabı} + \text{Resmî Rezervler Hesabı} = 0$ olacaktır.

Bu durumda ödemeler dengesi açığı resmî rezerv stoklarındaki azalmayı ifade edecektir.

$\text{Ödemeler Dengesi Açığı} = \text{Resmî Rezervler Hesabı Açığı}$

Cari işlemler Hesabı açığının Sermaye ve Finans Hesabı fazlası ile (veya Sermaye ve Finans Hesabı açığının Cari Hesap fazlası ile) finanse edilememesi durumunda resmî rezervler azalacaktır. Bu nedenle rezervlerdeki azalma kısaca dış açık adı da verilen ödemeler dengesi açığını ifade etmektedir.

(-) Dış Açık = (+) Resmî Rezerv Azalışı

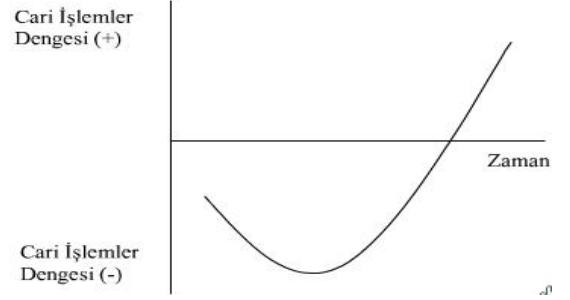
Görüldüğü gibi rezervlerdeki bir azalış artı (+) olarak ifade edilmektedir. Dış açık veren ve bu nedenle rezervleri azalan bir ekonomide muhasebe anlamında ödemeler dengesi aşağıdaki gibi yazılır:

$\text{Ödemeler Dengesi} = \text{Cari Hesap Dengesi} + \text{Düzenli Sermaye ve Finans Hesabı Dengesi} + (+\text{Resmî Rezervler Hesabı Dengesi}) = 0$

ÖDEMELER BİLANÇOSU DENGESİ MEKANİZMALARI

1) Döviz Kuru Denkleştirme Mekanizması: Döviz kuru ayarlanarak dengesizlik giderilir. Açık varsa, kur değerlenir, yerli paranın değeri azalır, ihracat artar, açık kapanır. Eğer bu mekanizmanın işleyişinde gecikme olursa yabancı (ithal) mallar daha pahalı olur, ithalat maliyeti artar. Açık daha da kötüleşir. Buna **J Eğrisi Etkisi** denir.

J Eğrisi



2) Gelir Denkleştirme Mekanizması (Keynes): Ödemeler bilançosundaki dengesizlik geliri, gelir de tekrar ödemeler bilançosunda iyileştirme yaratacaktır. (Milli gelir azalırken ithalatı da azaltması ödemeler bilançosu açığını da azaltır/bilançoda iyileşme görülür).

3) Parasal Denkleştirme Mekanizması: Ödemeler bilançosundaki dengesizlikler dolaşımdaki para miktarını etkileyerek faiz, fiyat ve nakit düzeylerini etkiler.

a) Fiyat düzeyi ayarlama mekanizması: Merkez bankası para arzını azaltır, fiyatlar düşer, ihracat artar, ithalat azalır ve açık kapanır.

b) Faiz ayarlama mekanizması: Para arzı azalırken faiz oranları artar, sermaye girişi olur ve açık kapanır.

c) Nakit dengesi ayarlama mekanizması: Nakit azalırken harcamalar da azalır, ithalat azalır ve açık kapanır.

ÖDEMELER BİLANÇOSU DENGESİ MEKANİZMALARI

Harcama Kaydırıcı Politikalar: Ürün talebini yabancı mallardan yerli mallara kaydıran politikalar. Devalüasyon, döviz kontrolleri ve ticaret kısıtlamalarını kullanarak gerçekleştirilir. Bu araçları kullanabilmek için güçlü döviz rezervlerine ihtiyaç vardır.

Harcama Değiştirici Politikalar: Harcamaların düzeyini aşağı yukarı ayarlama politikalarıdır. Temel araçları para ve maliye politikalarıdır. Harcama değiştirici politikalar tek başlarına yetersiz oldukları için harcama kaydırıcı politikalar ile birlikte uygulanır.

İKTİSADİ KALKINMA VE BÜYÜME

Kalkınma: salt üretimin ve kişi başına gelirin artırılması demek olmayıp az gelişmiş bir toplumda iktisadi ve sosyo-kültürel yapının da değiştirilmesi, yenileştirilmesidir. Kişi başına düşen milli gelirin artması yanında, genel olarak üretim faktörlerinin

etkinlik ve miktarlarının değişmesi, sanayi kesiminin milli gelir ve ihracat içindeki payının artması gibi yapısal değişiklikler, kalkınmanın temel öğeleridir

Büyüme ise, nitelikten çok nicelik bakımından ortaya çıkan bir değişikliktir. Bir ekonominin büyümesi, mutlaka o ekonomide yapısal değişimi gerektirmez. Büyüme, sadece üretimin ve kişi başına gelirin artırılması olarak kabul edilebilir. Yukarıdaki açıklamalardan anlaşıldığı gibi kalkınma sadece az gelişmiş

diyebileceğimiz ekonomilerle ilgili bir kavram olduğu halde, büyüme süreci, gelişmiş ve de az gelişmiş ekonomilerle de ilgili olabilir. Başka bir deyişle, az gelişmiş bir ekonomi kalkınmayabilir ama büyüme süreci içinde olabilir. Ne var ki, bu tür ekonomiler için asıl olan, kalkınma sürecini başlatabilmek ve sürdürebilmektir. Bu arada kalkınma kuramları, temelde az gelişmiş ekonomilerin kalkınma sorunlarına ışık tutmalarına karşın, büyüme kuramları, esasen kalkınmış, gelişmiş ekonomileri model alırlar.

Kalkınma DAHA KAPSAMLIDIR.

Kalkınma 'nın Temel Öğeleri:

- *Kişi başına milli gelir artışı
- *Üretim faktörlerinin miktarı ve verimlilik artışı
- *Sanayinin payının artışı

Yukarıdaki öğeler temel kabul edilmekle beraber olmazsa olmaz olan, **YAPISAL DÖNÜŞÜM'dür.**

Bilinmesi gereken **ÖNEMLİ KAVRAMLAR:**

Sanayileşmiş ülke: Gelişmiş ülkedir, ihracatı büyük ölçüde sanayi malından oluşur.

Tarım ülkesi: Az gelişmiş Ülke'dir (AGÜ). Nüfusunun büyük kısmı tarımsal alanda istihdam edilir ve ihracatı büyük oranda tarımsal ürünlerden oluşur.

Gelişmekte olan ülke: AGÜ'lerin büyüme sürecinde olmasıdır.

DÜNYA BANKASI'nın ÜLKE SINIFLANDIRMASI

1) Düşük Gelirli: Kişi başına 745 \$ veya daha az Milli Gelir

2) Orta Gelirli - Düşük Orta Gelirli: Kişi başına 746-2976\$ Milli Gelir

Yüksek Orta Gelirli: Kişi başına 2976-9205\$ Milli Gelir

3) Yüksek Gelirli: Kişi başına 9205\$ ve üzeri Milli Gelir

Az gelişmişliğin FARKLI TANIMLAMALARI mevcuttur:

1. Uluslararası Gelişmişlik Farklılıkları

Temel ölçüt Gayri safi milli hasıla (GSMH)'dir. Burada toplam GSMH (kaba yaklaşım) ve kişi başına GSMH (en çok kullanılan) en duyarlı ölçüt mevcuttur. Toplam GSMH ekonomik faaliyet ölçüsüdür.

GSMH Kullanımının Sakıncaları Vardır:

- Ülkelerin gayri safi milli hasıla hesaplama yöntemleri aynı değildir.
- Ortak para birimi sorunu vardır (Kurlar her zaman gerçeği göstermez)
- Aynı malın fiyatı farklı ülkelerde farklıdır.

2. Kaynak Kullanımı Durumu

Fiili üretim düzeyi potansiyel üretim düzeyinden az olması durumunda ülke az gelişmiş olarak tanımlanır.

Bu yaklaşımda kullanılan oranlar ve değerler arasında:

- İşsizlik düzeyi
- Ekilebilir arazinin kullanım oranı
- Atıl kapasite oranı
- Hammadde ihracat oranı mevcuttur.

3. Temel İhtiyaçlar Durumu

Nüfusunun büyük çoğunluğu insanca yaşamak için gerekli masraflarını karşılayamayacak durumda ise o ülke az gelişmiştir. Bu yaklaşımda toplumun zorunlu ihtiyaçları temeldir.

Az gelişmişliği Açıklayan Ekonomik Yaklaşımlar

Bu başlık altında İkinci Dünya Savaşı sonrasında az gelişmiş ülkelerin kalkınma sorunlarını açıklamaya yönelik kuramlar ele alınacaktır. Bunlar:

- Geleneksel iktisada dayalı yaklaşımlar,
- Yapısalcı yaklaşımlar,
- Bağımlılık yaklaşımlarıdır.

1. Geleneksel İktisada Dayalı Yaklaşım

Geleneksel Yaklaşımlara göre Gelişmemenin nedenleri arasında:

- Kit kaynakların yanlış dağılımı
- Verimliliğin düşük olduğu
- Arz/talep dengesizlikleri
- Üretim faktörlerinin dağılımında aksaklıklar

- Girişimci eksikliği
- Piyasaların darlığı
- Geri üretim teknolojisi
- İnsan sermayesinde eksiklikler

Bu yaklaşım içerisinde 2 kuram var:

Nurkse'ün (Kısr Döngü Kuramı): Milli gelir düşük olursa tasarrufların da az olacağı, buna bağlı olarak daha az yatırım yapılması, verimin az olması sonuçta milli gelirin de düşük düzeyde oluşmasına neden olur.

Rostow'un (Gelişme Aşamaları Kuramı):Kalkınmanın aşamalarını açıklar:

- 1.Geleneksel Toplum:** Tarımsal yapı vardır ve kullanılan üretim tekniği geridir.
- 2.Kalkışa Hazırlık:** Ekonomik, kültürel ve siyasi değer yargılarında önemli değişimler görülür.
- 3.Kalkış:** Kendini besleyen büyümenin başladığı dönemdir. Kalkınma süreci süreklilik gösterir.
- 4.Gelişen Topluma geçiş:** Sanayi kesimi ekonomide birinci derece öneme sahiptir.
- 5.Olgunluk:** Refah aşamasıdır. Kişi başına milli gelir düzeyi artar. Teknoloji ihraç eder duruma gelir.

2. Yapısalcı Yaklaşım

Prebisch, kalkınmayı sermaye birikimi olarak açıklar. Azgelişmişlik ve gelişmişlik farkının nedeni olarak her ülkenin uluslar arası ticarete farklı düzeylerde uzmanlaşmış olmasını gösterir.

Temel önerisi; ülkelerin hammadde ihraç yapılarını değiştirmeleridir.

Gelişmiş Ülkenin uluslar arası ticareti uzman olduğu sanayi alanındadır. Azgelişmiş ülkeninki ise, hammadde ve tarımsal üründür.

Kalkınmanın temeli için gerekli olanlar; İthal ikameci politikalar, devlet müdahalesi, planlama ve bölgesel bütünleşme

3.Bağımlılık Yaklaşımı

Azgelişmişliğin nedeni, kapitalist gelişme ve yayılmasıdır.

Yaklaşım 3 noktaya odaklanır:

- Kapitalist dünya ekonomik düzenin gelişimi.
- Merkez-çevre ayrımı
- Siyasi yozlaşma ve elit yapı

Çözüm olarak sunulan: Kapitalist sistemin dışına çıkmaktır.

KALKINMA STRATEJİLERİ

Kalkınma stratejilerinin(dengeli-dengesiz) ortak yönleri, az gelişmişliği sermaye yetersizliği ile açıklamış olmalarıdır. Sermaye birikimi kalkınmanın önemli unsurudur.

Kalkınma-Yatırım-Sermaye Birikimi

Yatırımın kalkınma koşulu olması nedeniyle sermaye birikimi de önemlidir. Bunun nedeni yatırımı belirleyen sermaye birikimi olmasıdır.

Sermaye / Hasıla Katsayısı: Gayri safi milli hasıla'nın ne kadarının yatırımlara ayrılacağını gösterir.

Marjinal Sermaye / Hasıla Katsayısı: Hasılayı 1birim artırmak için ne kadar sermayenin gerekli olduğunu gösterir.

Dengeli Kalkınma: Tüm ekonomik alanlar aynı anda ve birlikte geliştirilmelidir.

*Piyasa tek başına kalkınmayı sağlayamaz, planlama gereklidir.

Dengeli kalkınma'yı savunuların ilki **F.List'** tir. Ulusal sermayenin dışı karşı korunması gerektiğini ortaya koymuştur 1960-1970 Büyük İtiş Rosenstein - Rodan

Dengesiz Kalkınma - Hirschman

Bazı durumlarda dengesizlik ekonomik kalkınmayı hızlandırır.

Kalkınmayı gerçekleştirmek için bazen dengeden vazgeçmek gerekebilir.

*Kalkınma ,mevcut yada bilinçli olarak yaratılacak sıçrama ve dalgalanmalarla ortaya çıkar.

*Piyasanın önderliği ve etkinliği temeldir. Planlama gereksizdir. Kamunun müdahalesi minimuma indirilmelidir.

BÜYÜME: Hızla nüfusu artan azgelişmiş ülkelerde ekonomik büyümenin temel amacı; fertleri gittikçe yükselen bir refaha kavuşturmak üzere kişi başına üretimi (reel geliri) artırmaktır. Bu ise, yatırımların artırılması ile olanaklıdır. Çünkü, ancak bu sayede nüfus artışının durmadan iş gücüne kattığı kitleyi barındıracak bir üretim kapasitesi yaratılmış olur. Buradan ekonomik büyümenin en önemli faktörünün yatırımlar olduğu anlaşılmaktadır.

Öte yandan, ekonomik büyümeyi emeğin, doğal kaynakların ve sermayenin artan bir fonksiyonu olarak düşünmek de mümkündür. Üretime katılan faktör miktarı artıkça ekonomik büyüme o ölçüde artacaktır. Üretime katılan üretim faktörlerini ve ekonomik büyümeyi göstermek üzere;

L; Emek

T:Doğalkaynaklar

K:Sermayestoku

Y: Milli hasıla

$Y = f (L, T, K)$

şeklinde ifade edebiliriz. Büyüme sırasında parantez içindeki faktörlerin birbirine oranı değişmektedir. Bunların içinde en az değişeni doğal kaynaklardır (toprak). Çünkü toprağın alanı İstendiği ölçüde artırılmaz. Oysa nüfus, dolayısıyla da emek sürekli artmaktadır. O halde toprak/emek oranının gittikçe düştüğü söylenebilir. Bu durumda emek başına üretimin artırılması ancak sermaye/emek oranının yükseltilmesi ile mümkün olmaktadır. Bu ise, emeğin daha fazla sermaye ile donatılması anlamına gelir ki; ekonomik büyümenin ve kalkınmanın göstergelerinden birisi de budur.

BÜYÜME TEORİLERİ

Klasik Büyüme Teorileri

Smith, Mili, Malthus ve Ricardo gibi klasik ekonomistler tarafından belirtildiği gibi, büyüme teorisi basit bir şekilde tanımlanabilir. Belirli bir miktar emek (tabii ki emek değer teorisini de varsayarak) belirli bir üretim seviyesinde belirli geçim düzeyine göre her işçiye ücret ödenecek ve her "artı değer" (örneğin toplam ücretlere eşit olduğunu varsayılan toplam üretim ve toplam tüketim arasında fark) sermayedarlar tarafından biriktirilecektir. Bu birikim emek talebini yükseltecek ve belirli nüfus koşullarında ücretler yükselme eğilimi gösterecektir. Ücretler belirli bir dereceyi aştıktan sonra da Malthus nüfus teorisine göre nüfus artacaktır.

Nüfusun artması ile emek arzı artacak ve ücretler tekrar eski düzeyine düşecektir. Ancak, ücretler mevcut geçim düzeyine eşit olduğunda, sermaye birikimini teşvik edecek bir artı değer tekrar ortaya çıkacak ve emek talebi ve bütün süreç bir sonraki aşamada tekrar edecektir. Azalan verimler kanunun devreye girdiğinde büyüme dinamiği sona erer. Böylece ekonomi durgunluk haline ulaşacaktır. Klasikler,

ekonomilerin önce kalkınacaklarını fakat uzunluğu her ekonominin özelliklerine göre değişecek bir süre sonra durgunluk haline döneceklerini öne sürerler.

Özetle Sermaye birikimi ile emek talebi artınca, ücretler artar. Nüfus artışı, emek arzı ve ürün talebinin artmasına neden olurken, bunlara cevap verebilmek için topraklar üretime açılır. Rantın payı artarken, ücretler geçimlik düzeye iner ve karlar azalır. Büyüme yerini durgunluğa bırakır.

Keynesyen Model- Statik Model: Ekonomi durgunluğa girdiğinde toplam talebi artırmak için müdahaleci politikalar önermiştir. Toplam talep artışı yatırımları ve milli geliri artırır. Çarpan katsayısı kadar büyüme sağlar.

Harrod-Domar Modeli-Dinamik Model: Harrod-Domar Modeli, Klasik ve Keynesyen büyüme teorileri arasında bir geçiştir. Bu modelde Keynes'in yaptığı gibi ekonomide eksik istihdam dengesinden devamlı tam istihdam dengesine varmanın yollarını

araştırılmıştır. Keynes'in statik açıdan incelediği sorunu Harrod-Domar Modeli dinamik açıdan ele almıştır.

Harrod ve Domar, ekonominin itici gücünün yatırım olduğunu ve yatırımların iki önemli rol oynadığı üzerinde durmuştur. Yatırımların ikili özelliği; yatırımların gelir yaratması diğeri ise yatırımların kapasite yaratma özelliğidir. Harrod-Domar Modeli bir dizi basitleştirici varsayımlar içermektedir. Bunlar, bir ürün (nihai ürünün mal bileşimi gözardı edilmiştir), sermaye ve gelir arasında sabit bir teknolojik ilişkinin olması, tasarruf oranlarının sürekliliği, ticaretin yokluğu, sermayeye amortismanın ayrılmaması, ve sermayenin tek üretim faktörü olarak alınmasıdır. Ancak bütün bu kısıtlayıcı varsayımlara rağmen bir çok ülkede Harrod-Domar Modeli ya planlamanın arkasındaki dayanak olarak veya tahmin mekanizmasının bir parçası olarak kullanılmaktadır.