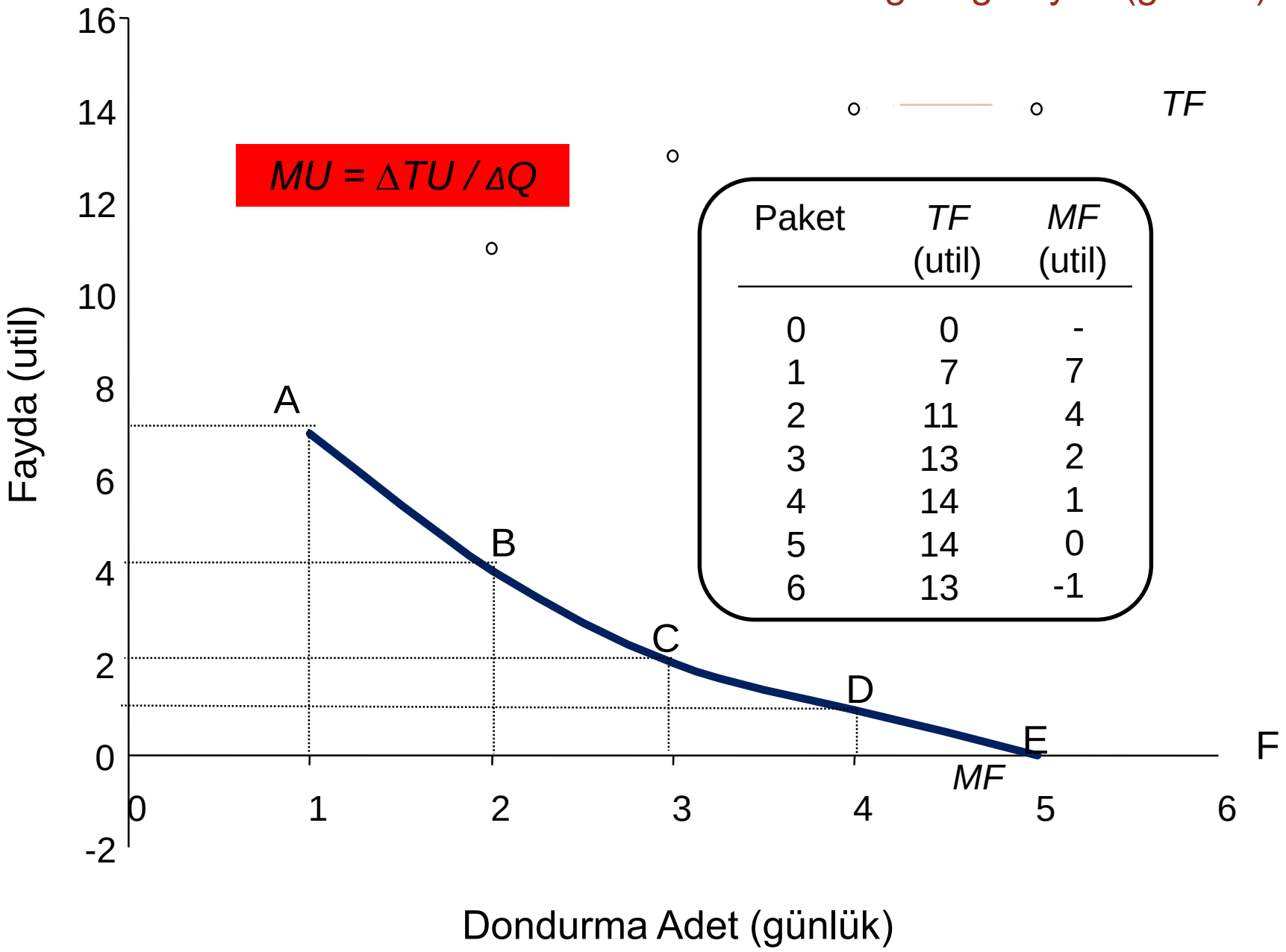
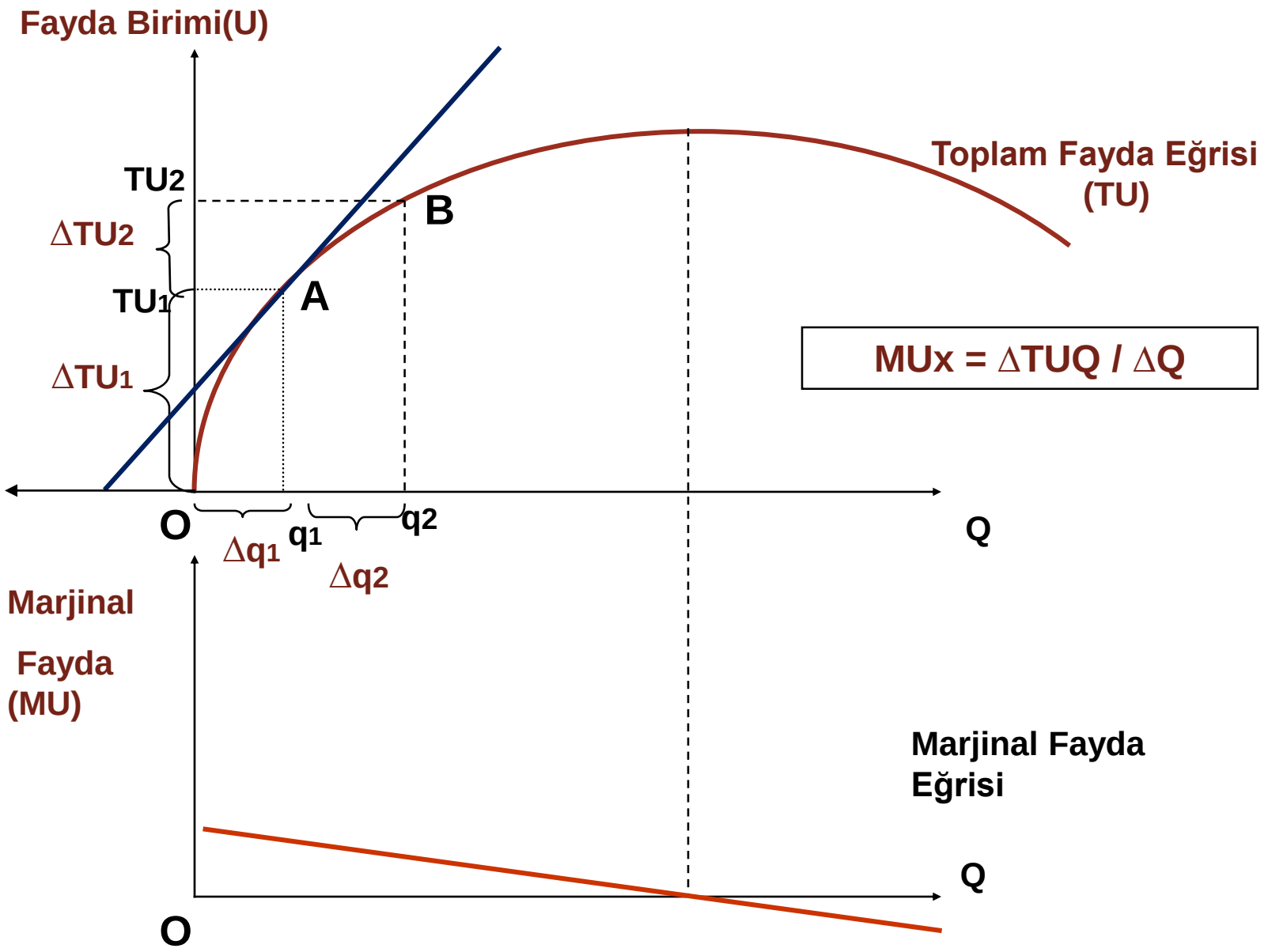
Emre’nin dondurma tüketiminden sağladığı fayda (günlük)



Paket	*TF* (util)	*MF* (util)
0	0	-
1	7	7
2	11	4
3	13	2
4	14	1
5	14	0
6	13	-1

Toplam fayda - Marjinal fayda



Tüketici Dengesi

Tüketici çok plan ihtiyaçları karşısında sınırlı olan gelirini kendisine en çok faydayı sağlayacak ürün bileşimleri arasında dağıtmaya çalışır. Tercih ettiği bileşimden daha farklı bir ürün bileşimi satın aldığında daha fazla fayda sağlamıyor ise tüketici dengededir. Bu denge, dengeyi belirleyen faktörler değişmediği sürece değişmeyecektir.

Dengeyi sağlayan ve sabit varsayılan değişkenler

- Tüketicinin geliri
- Tercihleri(malların marjinal faydaları)
- Satın alınan malların birim fiyatları (P)

Denge koşulu;

$$\frac{MU_a}{P_a} = \frac{MU_b}{P_b} = \frac{MU_b}{P_b} = \cdots = \frac{MU_n}{P_n}$$

ORDİNAL YAKLAŞIM

Tüketici dengesinin ortaya konulmasında ikinci yöntem faydanın ölçülemeyeceğini savunan ve tüketici dengesini farksızlık eğrisi ve bütçe doğruları yardımıyla açıklamaya çalışan ordinal yaklaşımcılardır. Her ne kadar farklı yöntemler kullansalar da her ikisinde de ortak olan denge koşulu ile aynı sonuca varmış olmalarıdır.

Ordinal yaklaşımda tüketici dengesindeki koşullar;

- Tüketicinin geliri sabittir

- Satın alınan malların fiyatları, tüketicinin sadece iki mal aldığı varsayılacak

- Tüketicinin tercihleri, tüketici malların faydalarını ölçmekte mallar arasında kayıtsız kalabilmekte

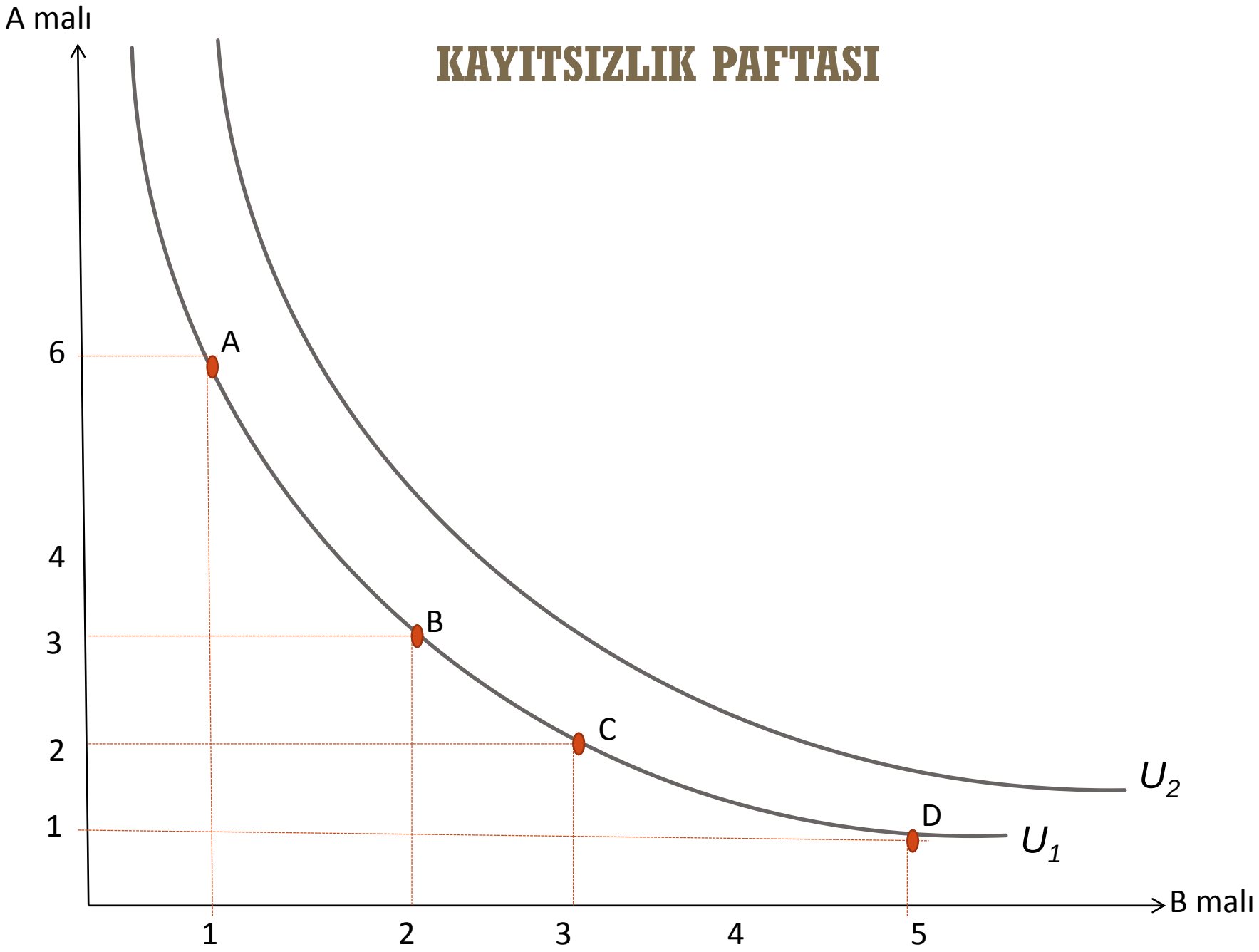
- Rasyonelliktir

KAYITSIZLIK (FARKSIZLIK) EĞRİLERİ

Kayıtsızlık eğrileri ile tüketici dengesinin açıklanabilmesi için bazı varsayımların yapılması söz konusudur. Çok sayıda mal tüketen bir tüketici ile iki mal tüketen bir tüketicinin davranışı arasında fark olmadığından sadece iki mal tüketen tüketicinin davranışı incelenecektir.

Bu mallar A ve B malı olsun

KAYITSIZLIK PAFTASI



- Anlaşılacağı üzere tüketicinin satın alacağı her farklı mal ve hizmet bileşiminde elde edeceği fayda düzeyi U_1 olmaktadır.

- O halde farksızlık eğrisi;

  Tüketiciye aynı fayda düzeyini sağlayan farklı mal bileşimlerinin geometrik yeri olarak tanımlanabilir.

- Orjinden uzakta olan farksızlık eğrisi daha yüksek bir fayda düzeyini temsil eder.(U_2 gibi)

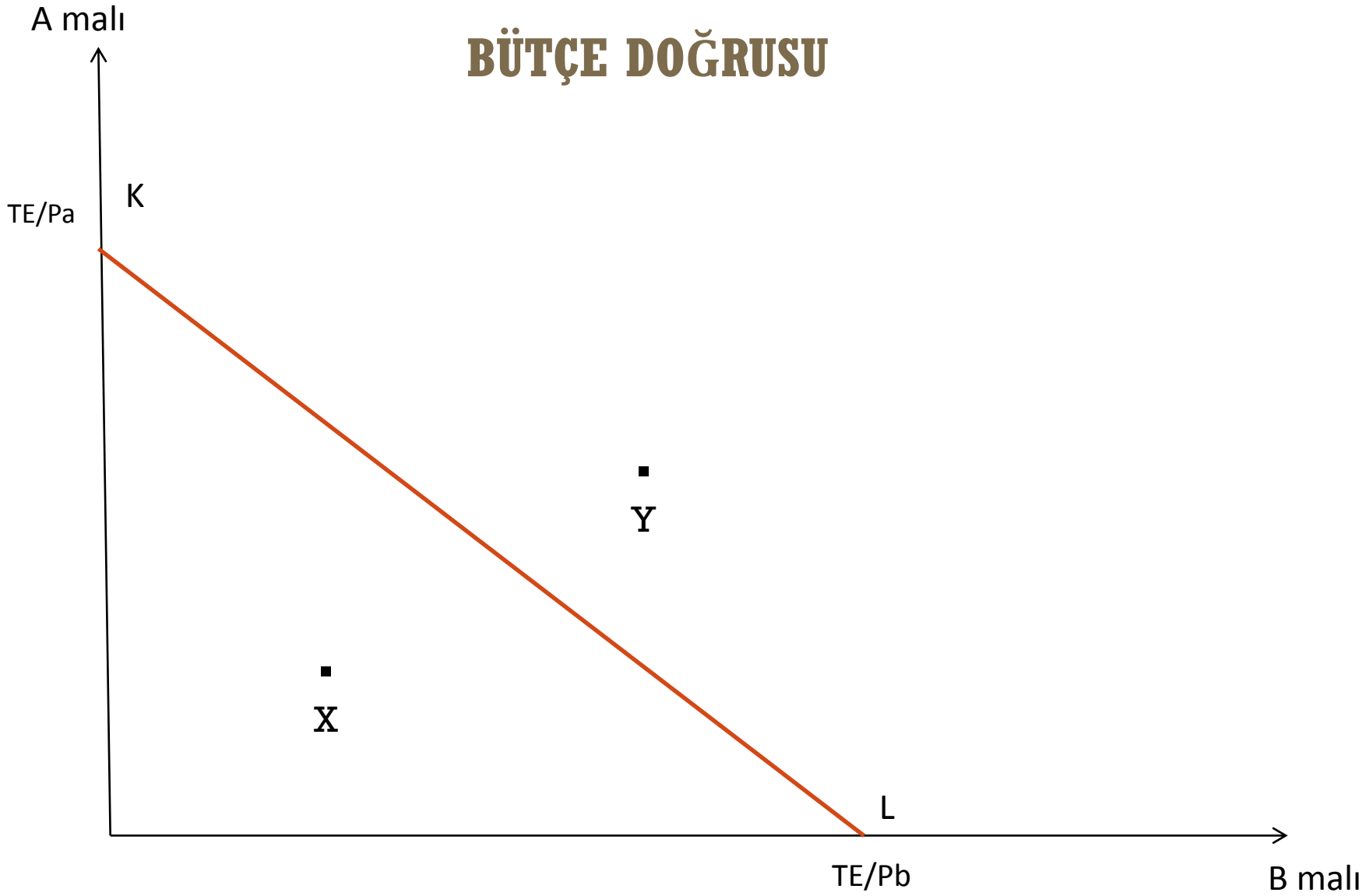
KAYITSIZLIK EĞRİLERİNİN ÖZELLİKLERİ

- ✓ Kayıtsızlık eğrilerinin her noktasında toplam fayda seviyesi aynıdır
- ✓ Orijinden uzaklaştıkça daha yüksek fayda düzeyini gösterirler
- ✓ Kayıtsızlık eğrileri birbirlerini kesmezler
- ✓ Kayıtsızlık eğrileri negatif eğilimlidirler
- ✓ Kayıtsızlık eğrileri orijine göre dış bükeydirler

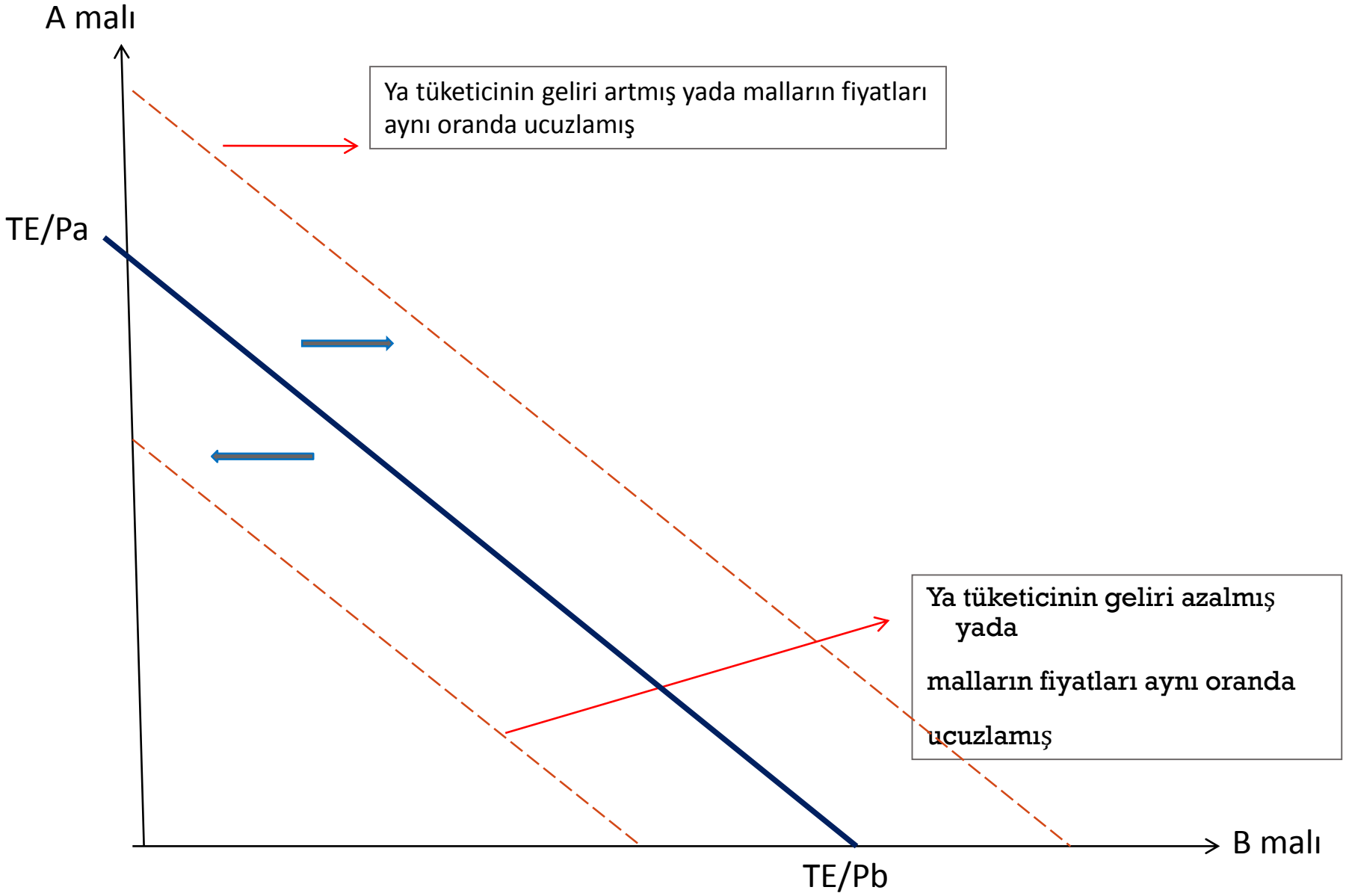
BÜTÇE DOĞRUSU

- Tüketicinin amacı kendisine en çok faydayı sağlayacak mal bileşimini tercih etmek yani orjinden daha uzaktaki farksızlık eğrisi üzerinde dengeye gelebilmektir. Ancak tüketicinin bu amacını engelleyen faktör gelir düzeyidir yani bütçe kısıtıdır. Bütçe kısıtı; tüketicin satın alabileceği mal miktarlarının, tüketicinin bütçesi ve malların fiyatlarına bağlı olmasıdır ve bütçe doğrusu ile ifade edilir.
- **Bir tüketicinin belirli bir gelirle herhangi iki maldan piyasada satın alabileceği değişik bileşimleri gösteren bir doğrudur.**

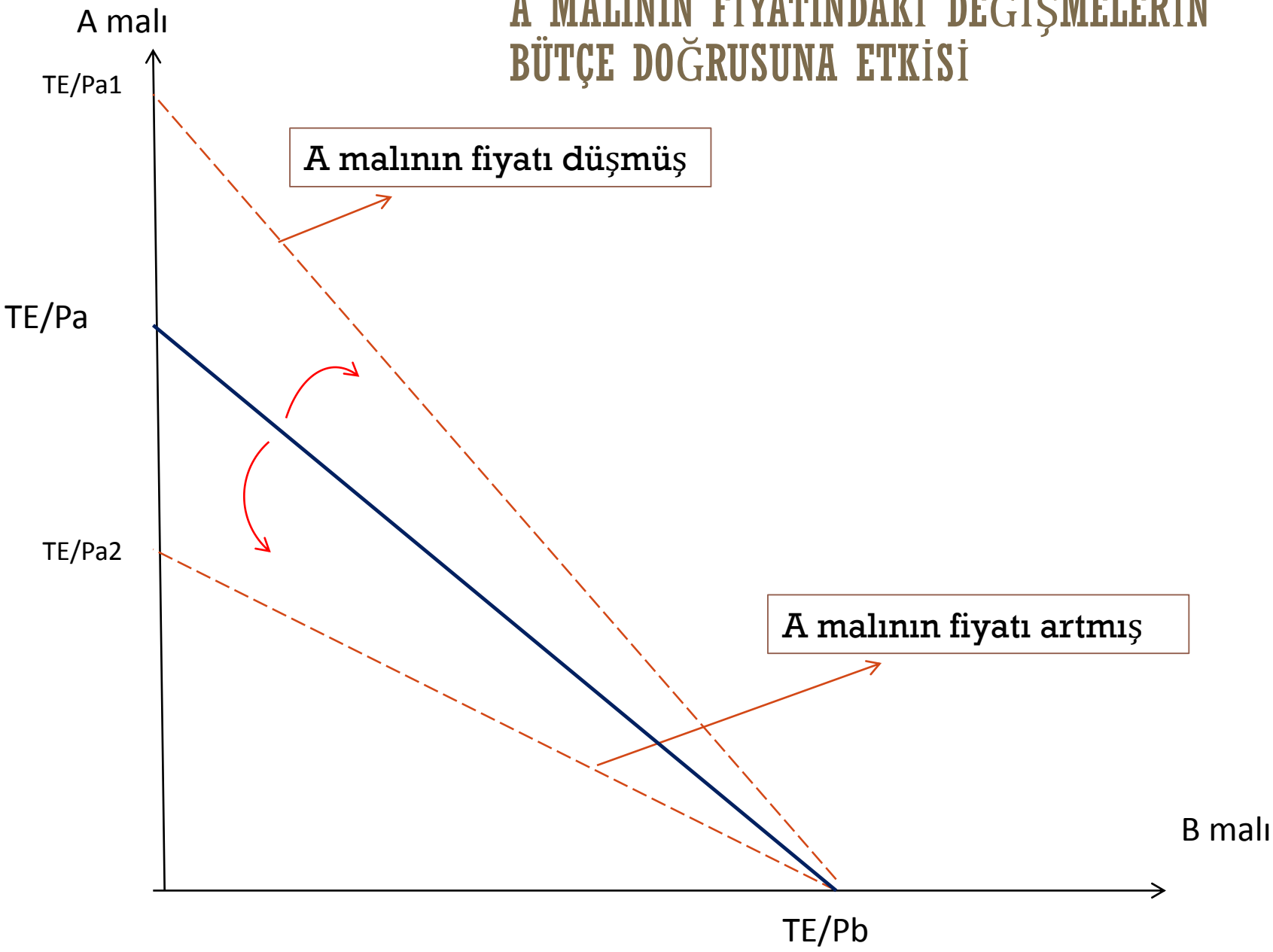
BÜTÇE DOĞRUSU



GELİR ARTIŞININ BÜTÇE DOĞRUSUNA ETKİSİ



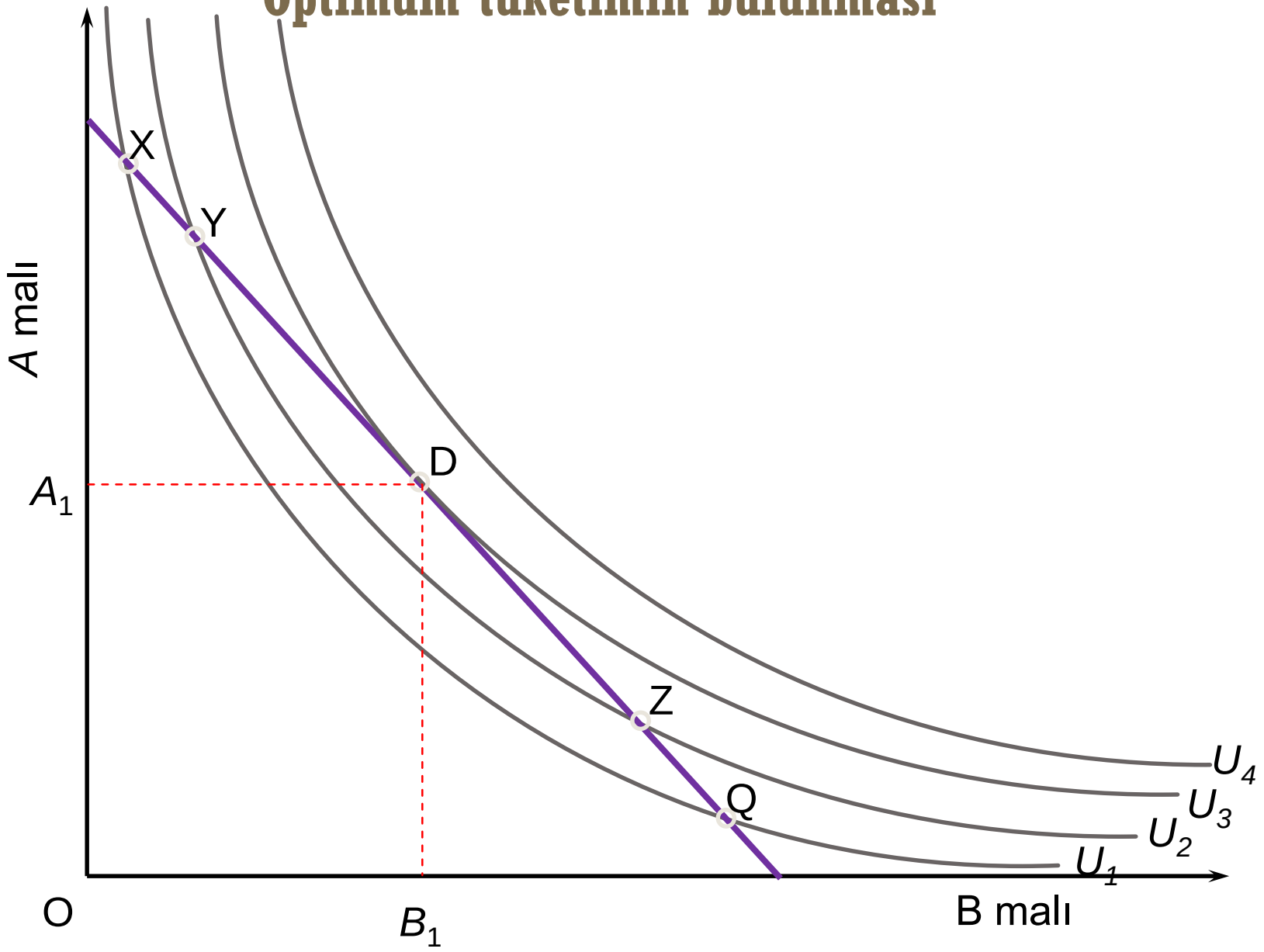
A MALININ FİYATINDAKİ DEĞİŞMELERİN BÜTÇE DOĞRUSUNA ETKİSİ



TÜKETİCİ DENGESİ

- Tüketici dengesinin ortaya konulması için farksızlık eğrisi ve bütçe doğrusundan yararlanılır. Tüketicinin satın alabileceği mal ve hizmet miktarları bütçe kısıtı ile sınırlıdır. Tüketici dengeye gelebilmek için sahip olduğu geliri ile kendisine en yüksek faydayı sağlayacak mal ve hizmet miktarını tercih etsin ki dengeye gelebilsin.

Optimum tüketimin bulunması



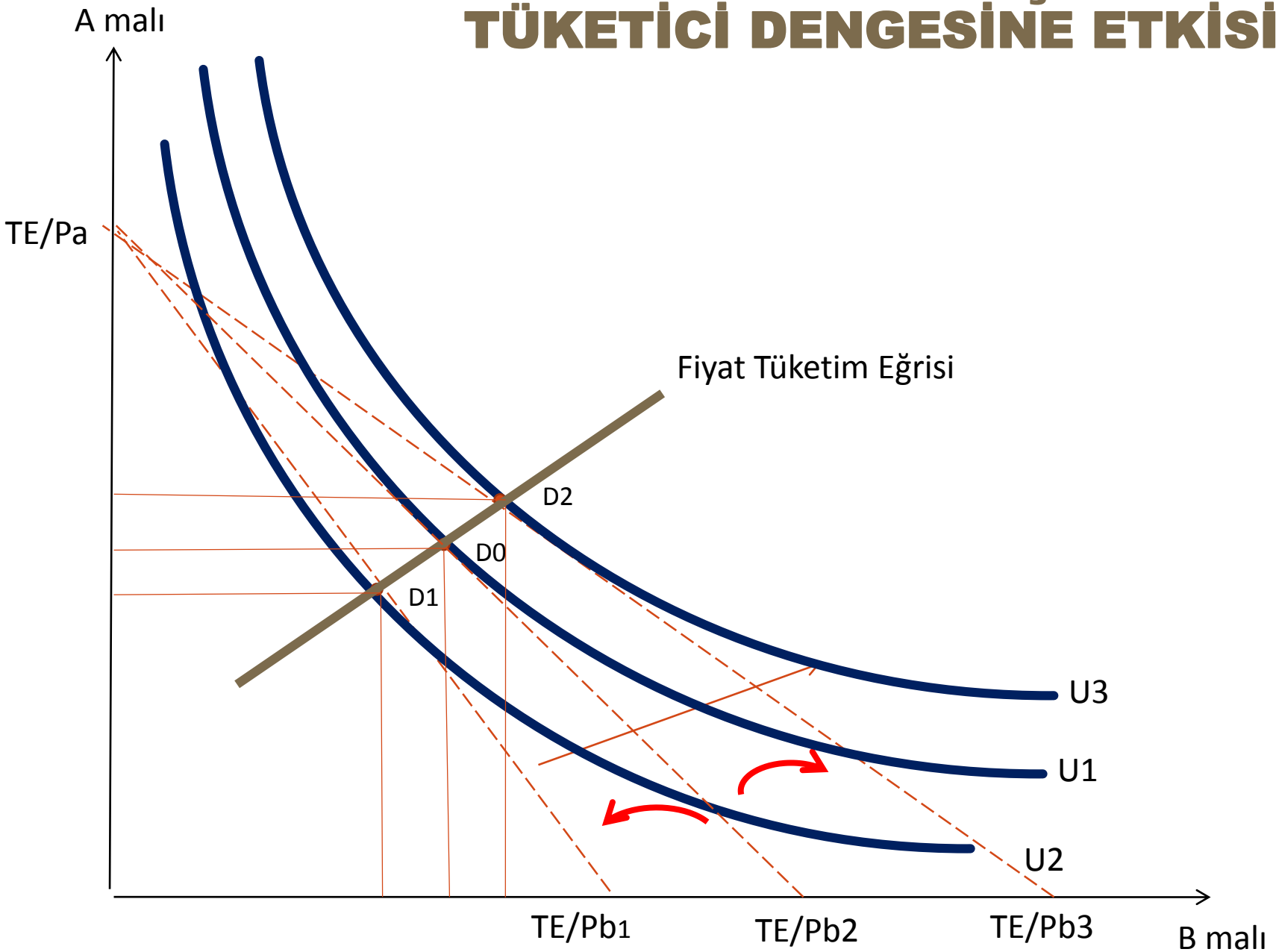
DENGE NOKTASINDAKİ DEĞİŞMELER

Denge noktasını belirlemede en önemli faktörler; tüketicinin geliri, mal ve hizmetlerin fiyatları, zevk ve tercihlerdir. Bu faktörlerden birinin değişmesi durumunda tüketicinin dengesi değişir.

Fiyatlardaki Değişmenin Tüketici Dengesine Etkisi

- Tüketicinin satın aldığı mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki değişmeler bütçe doğrusunun tamamen yer değiştirmesine ya da eğiminin değişmesine neden olur.

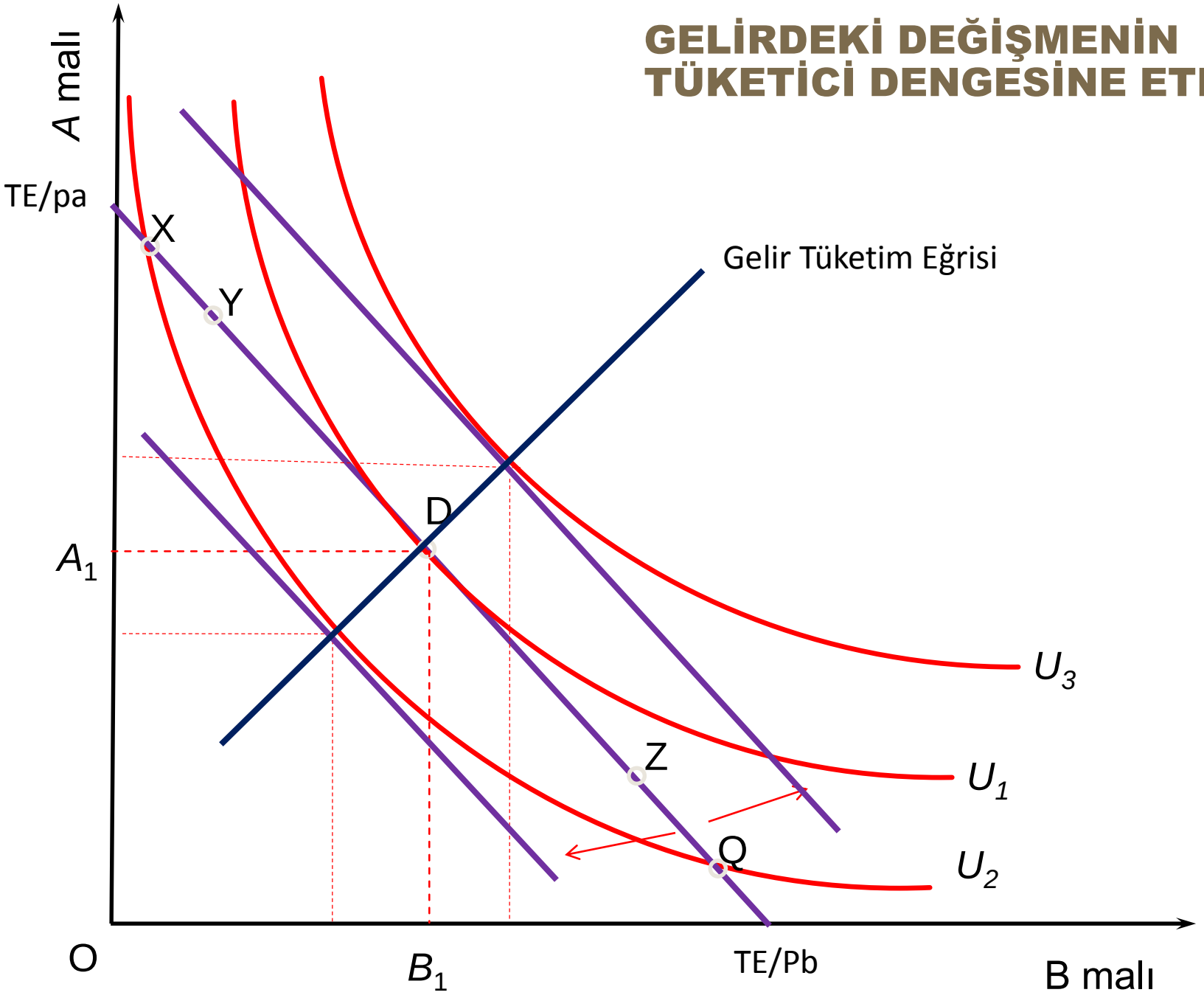
FİYATLARDAKİ DEĞİŞMENİN TÜKETİCİ DENGESİNE ETKİSİ



Gelirdeki Değişmenin Tüketici Dengesine Etkisi

- Tüketicinin gelirinde meydana gelen bir artış bütçe doğrusunu paralel olarak sağa, azalış ise sola kaydırır.

GELİRDEKİ DEĞİŞMENİN TÜKETİCİ DENGESİNE ETKİSİ



ÜRETİM VE ÜRETİCİ DENGESİ ANALİZİ

Bu bölümde arz ile ilgili konular incelenecektir

- Üretim fonksiyonu
- Azalan verimler kanunu
- Optimal faktör bileşiminin seçimi
  - -Eş ürün eğrileri
  - -Eş maliyet doğrusu
- Üretici dengesi

- Üretim faktörlerinin mal ve hizmete dönüştürülmesine üretim denir.

- Üretici, üretim işini düzenleyen ve gerçekleştiren kişi veya firma,
- Girdi(input), üretim için gerekli her şey

Üretim Fonksiyonu

Üretim teknolojisinin sabit olduğu varsayımı altında üretimde kullanılan girdilerle bunların kullanımı sonucunda elde edilebilecek maksimum ürün miktarı arasındaki ilişkiyi ifade ederdir.

Qa=f (E, S,DK)

E: Emek S:Sermaye DK: Doğal Kaynaklar

- ✓Üretim fonksiyonu verilen girdilerle üretilebilecek maksimum çıktıyı belirler
- ✓Firmalar üretim faktörlerinin miktarını artırarak yada azaltarak üretimi artırabilir yada azaltabilirler…..

- Girdi ile çıktı arasındaki ilişkiler, girdilerden birinin, birkaçının veya tamamının değiştirilmesine yetecek kadar zamanın olup olmamasına göre değerlendirilir.

  Bu dönemler;

- **Kısa dönem**, üretim girdilerinden birkaçının değiştirilebildiği dönemdir. Bu dönemde değiştirilebilen faktörler değişken faktörlerdir (emek, hammadde,enerji vb)Değiştirilemeyen faktörler ise sabit faktörlerdir (fabrika, bina,makine vb.)

- **Uzun dönem,** üretim girdilerinin tamamının değiştirilebildiği dönemdir. Bu dönemde sabit faktörler olmayacağı için bütün faktörler değişkendir.

Azalan Verimler Yasası

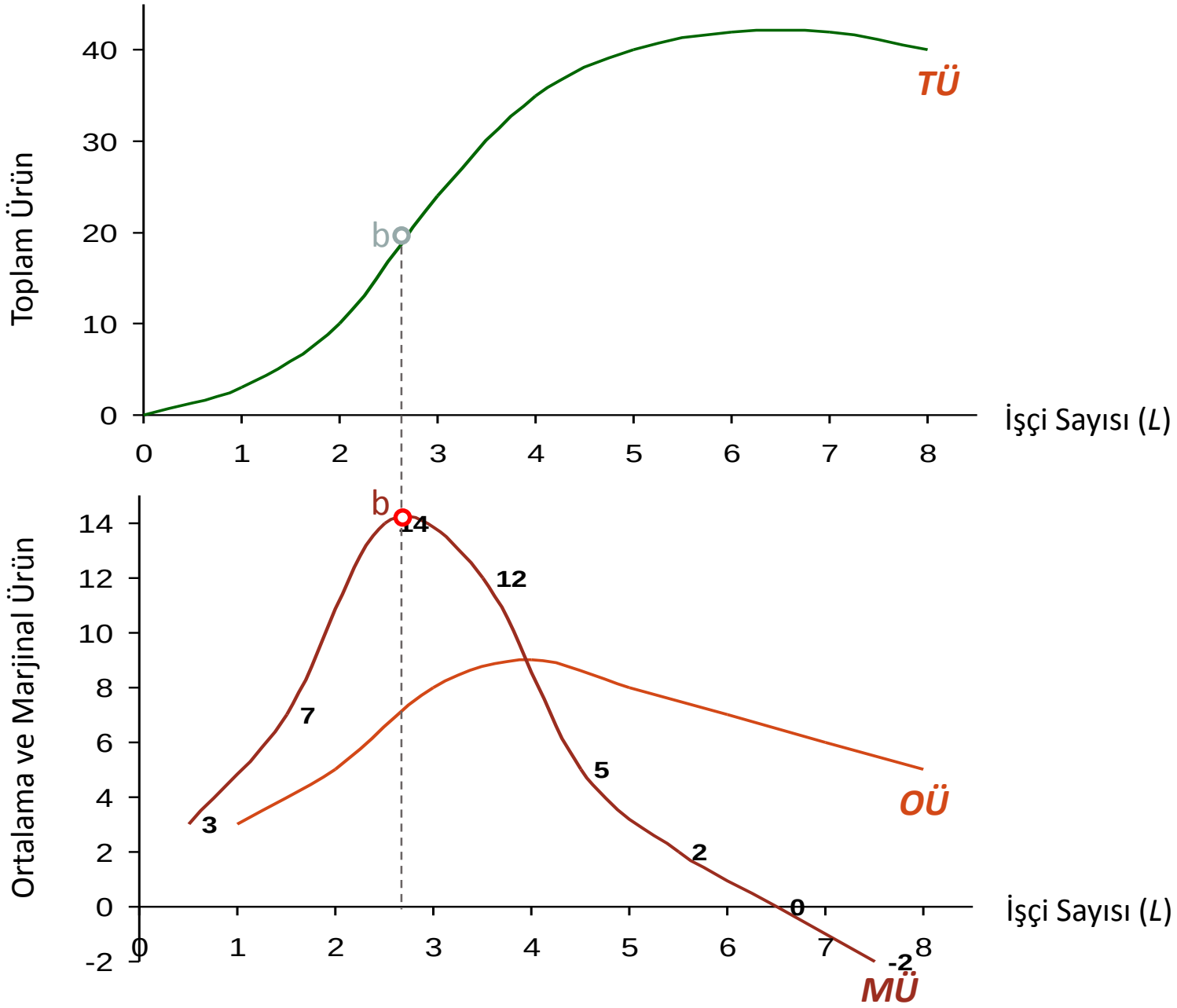
Ulusal ekonomilerde, ister firma bazında, isterse de ülke ekonomisi bazında Azalan Verim Yasası geçerlidir. Her ne kadar, Adam Smith‘ Artan Verimlilik’ anlayışını gündeme getirmiş olsa da, günümüzde, tarımsal üretimde ve sanayi üretiminde artan nüfusa bağlı olarak David Ricardo'nun dile getirdiği ve savunduğu bir kavram olarak, ‘Azalan Verim Yasası’ geçerlidir.

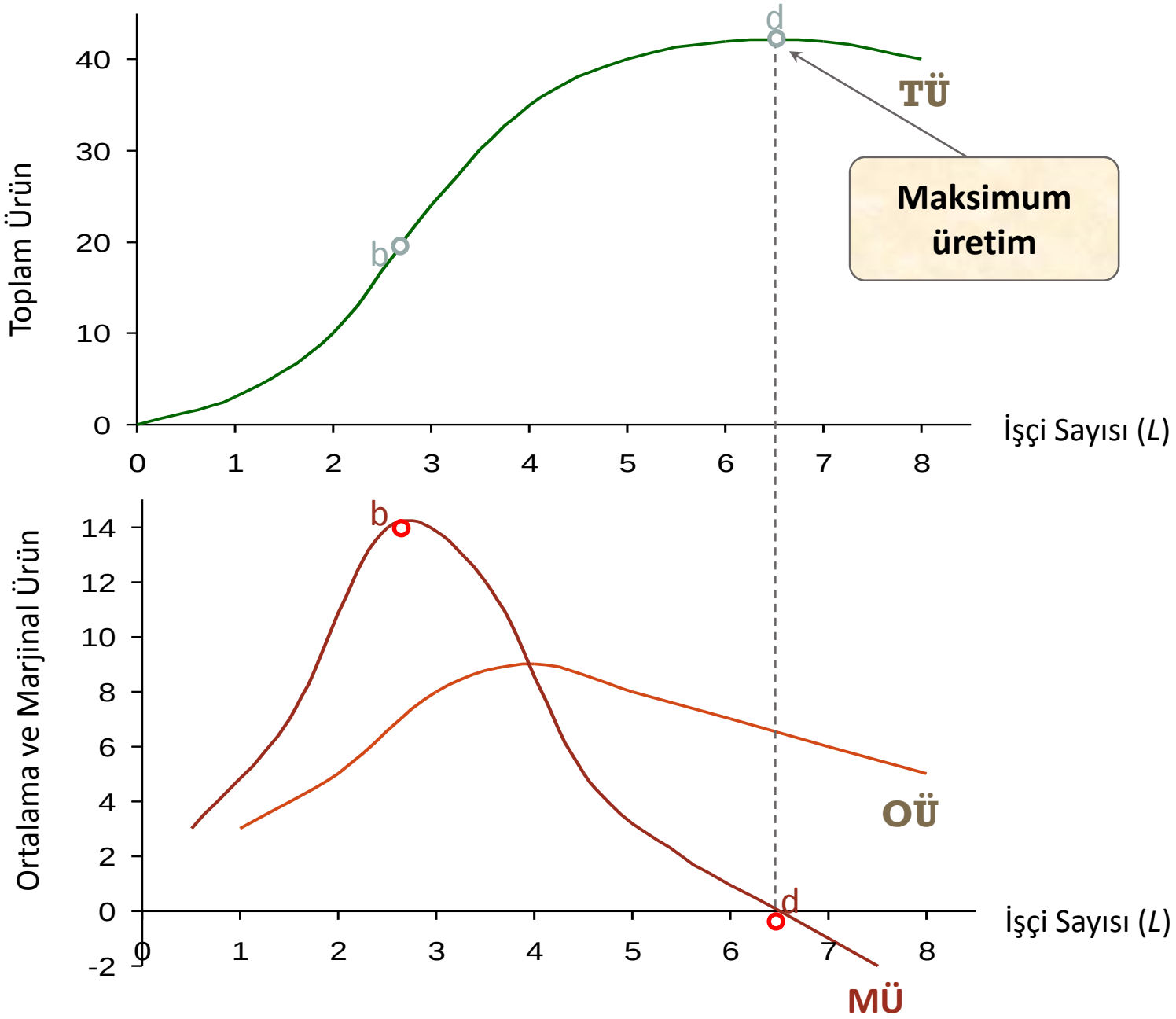
- Firma bazında, doğal kaynaklar, emek ve sermaye üretim faktörleri, yani hammadde, işgücü ve makine-techizat miktarı arasında oluşturulan hassas dengeye **Optimal Faktör Bileşim Oranı,**diyoruz. Eğer, üç üretim faktörü arasındaki hassas denge bozulup, bir veya iki üretim faktörünün miktarı sabit tutulur iken, birinin miktarı arttırılır ise, bu o firmada üretim esnasında yakalanmış olan verimlilik seviyesinin azalmasına neden olur.

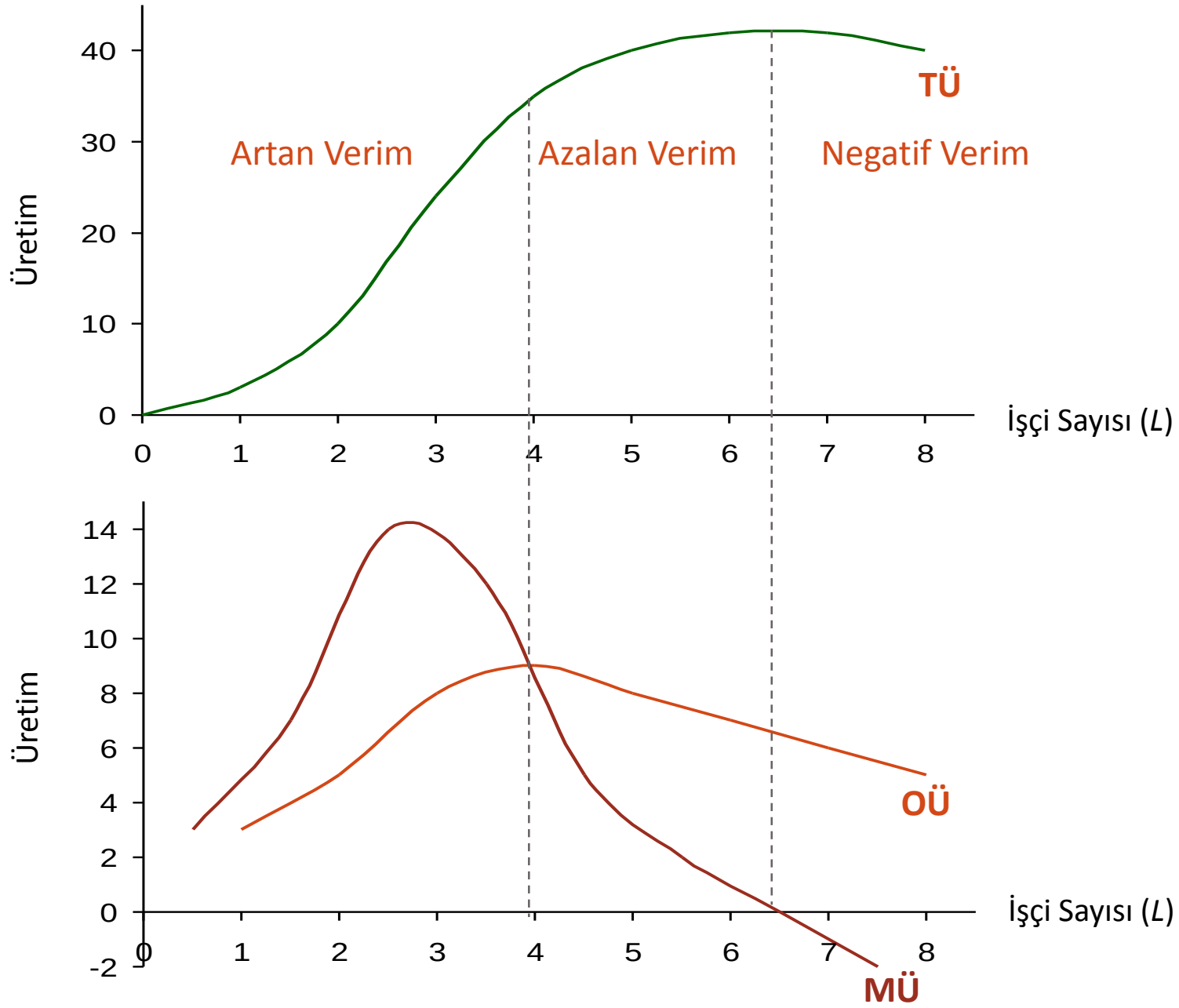
- Toplam Ürün=f(Üretim Faktörleri)

- Ortalama Ürün (OÜ)= $\frac{\text{Toplam Ürün Miktarı}}{\text{Değişir Faktör Miktarı}}$

- Marjinal Ürün (MÜ)= $\frac{\text{Toplam Ürün Miktarında Değişim}}{\text{Değişir Faktör Miktarında değişim}}$


Toplam Ürün
40
30
20
10
0
0 1 2 3 4 5 6 7 8
b
TÜ
İşçi Sayısı (L)
Ortalama ve Marjinal Ürün
14
12
10
8
6
4
2
0
-2
0 1 2 3 4 5 6 7 8
b
14
12
7
5
3
2
0
-2
OÜ
MÜ
İşçi Sayısı (L)


Toplam Ürün
40
30
20
10
0
0
1
2
3
4
5
6
7
8
d
b
TÜ
Maksimum üretim
İşçi Sayısı (L)
Ortalama ve Marjinal Ürün
14
12
10
8
6
4
2
0
-2
b
d
OÜ
MÜ
İşçi Sayısı (L)

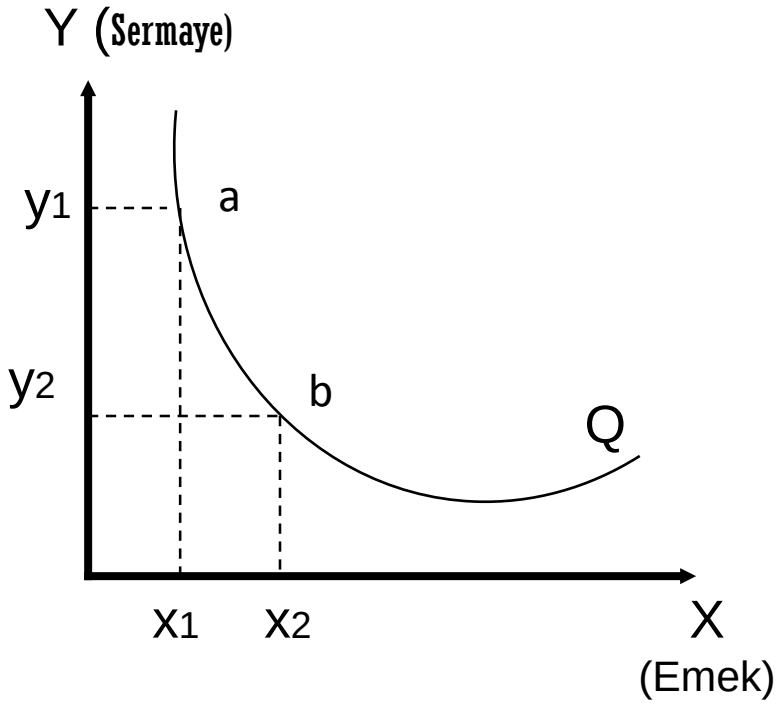

Üretim
40
30
20
10
0
0 1 2 3 4 5 6 7 8
İşçi Sayısı (L)
TÜ
Artan Verim
Azalan Verim
Negatif Verim
Üretim
14
12
10
8
6
4
2
0
-2
0 1 2 3 4 5 6 7 8
İşçi Sayısı (L)
OÜ
MÜ

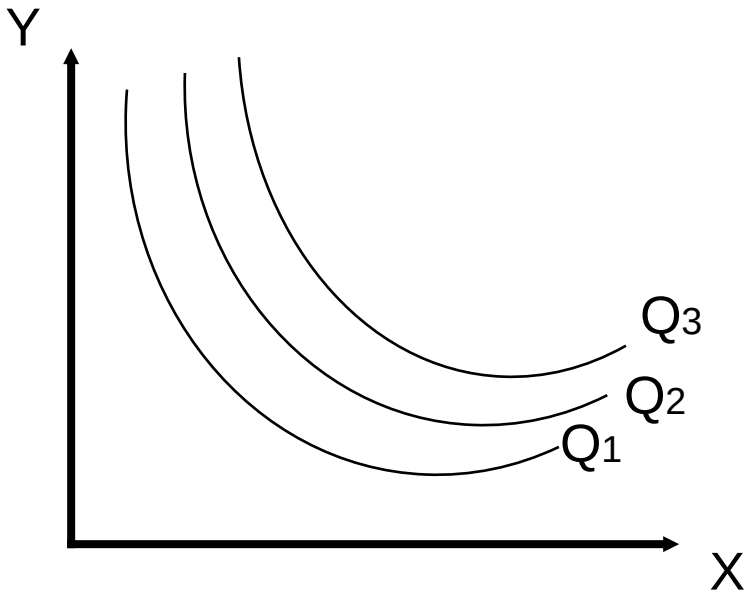
Optimal Faktör Bileşimi Seçimi

Firmaların minimum maliyetle üretimi gerçekleştirmesini sağlayan optimal faktör bileşiminin tespitinde iki araçtan yararlanılır

- Eş Ürün eğrisi
- Eş maliyet doğrusu

Eş Ürün Eğrileri





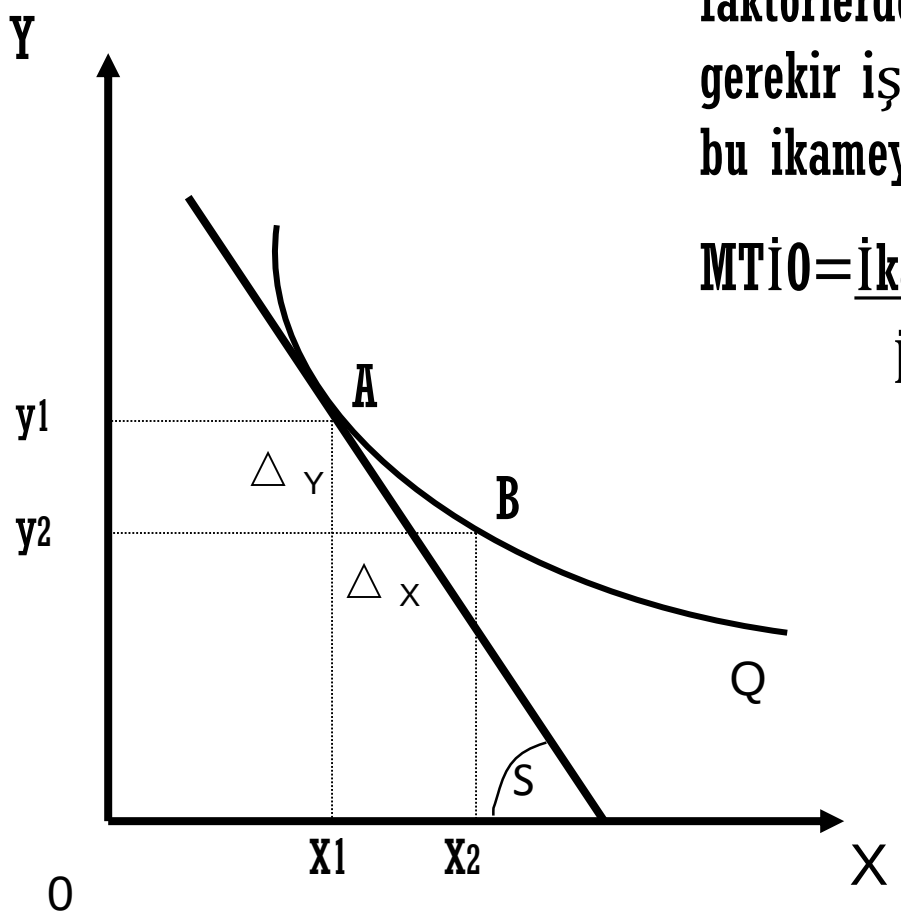
Üreticiye aynı üretim düzeyini sağlayan farklı girdi bileşimlerini gösteren bir eğridir.

Eş ürün Eğrilerinin Özellikleri

- ✓Birbirlerini kesmezler
- ✓Negatif eğimlidirler
- ✓Orjine göre dış bükeydirler

- Eş ürün eğrileri orjinden uzaklaştıkça daha fazla üretim düzeyini temsil eder

Marjinal Teknik İkame Oranı



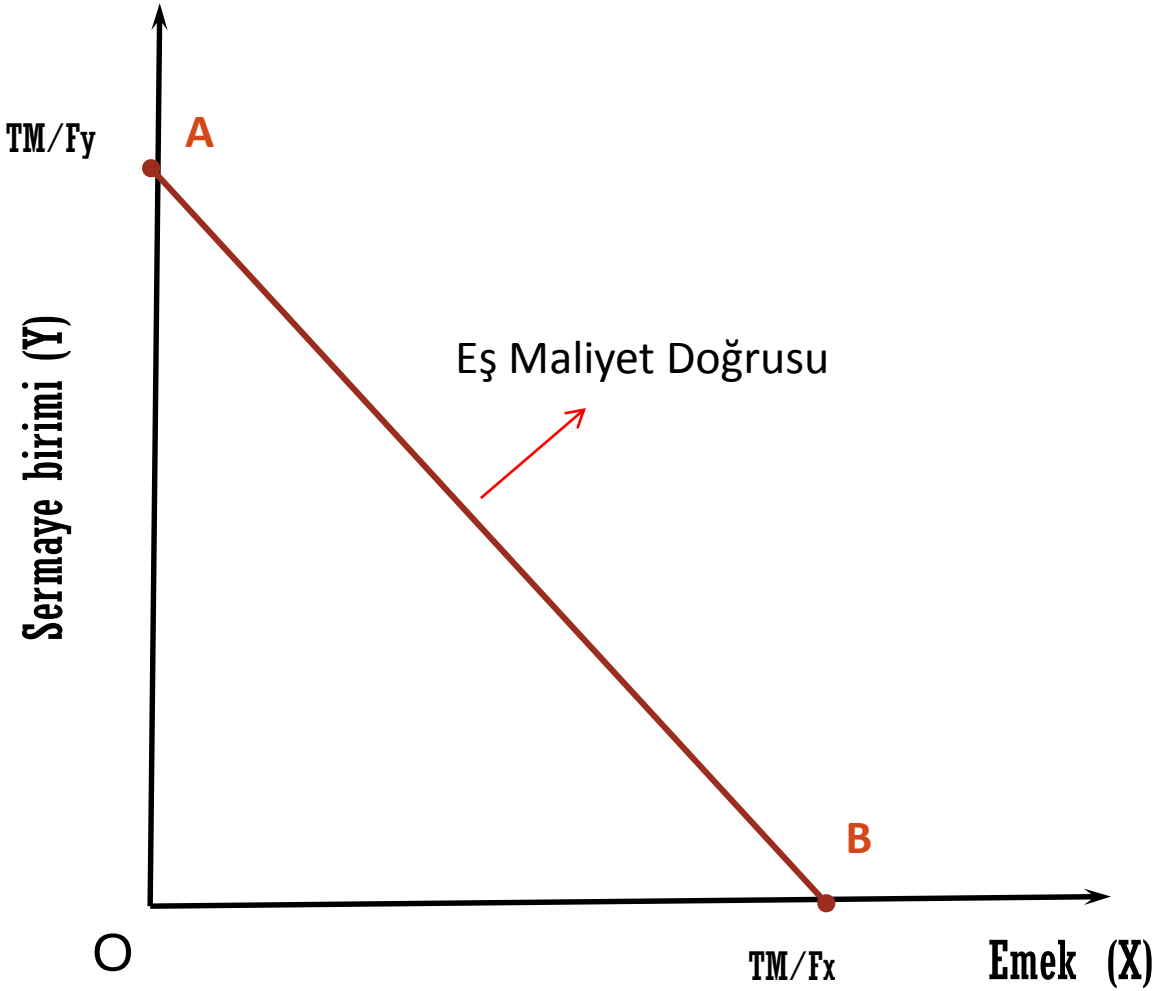
Aynı üretim düzeyinde kalabilmek için faktörlerden birini artırırken diğerini azaltması gerekir işte faktörler arasında gerçekleştirilen bu ikameye *Marjinal Teknik İkame Oranı* denir.

$$MTİO = \frac{\text{İkame edilen faktör miktarı}}{\text{İkame eden faktör miktarı}} = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

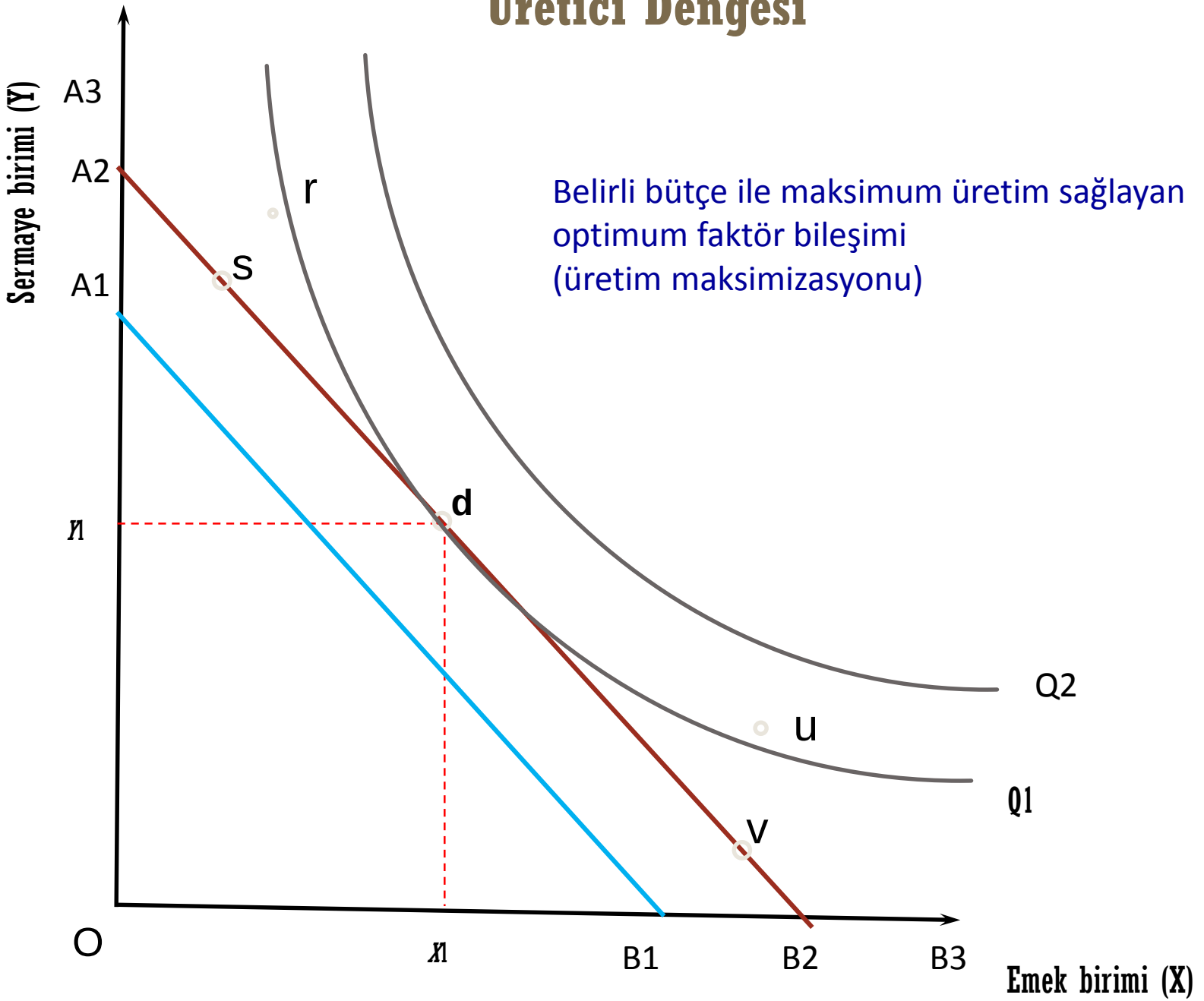
Bir üretim faktörü artarken diğeri azaldığı için ΔY/ΔX değeri negatiftir.

Eş Maliyet Doğrusu

Üreticinin belirli bir bütçe ve veri faktör fiyatlarıyla satın alabileceği faktör bileşimlerini gösteren eğri



Üretici Dengesi

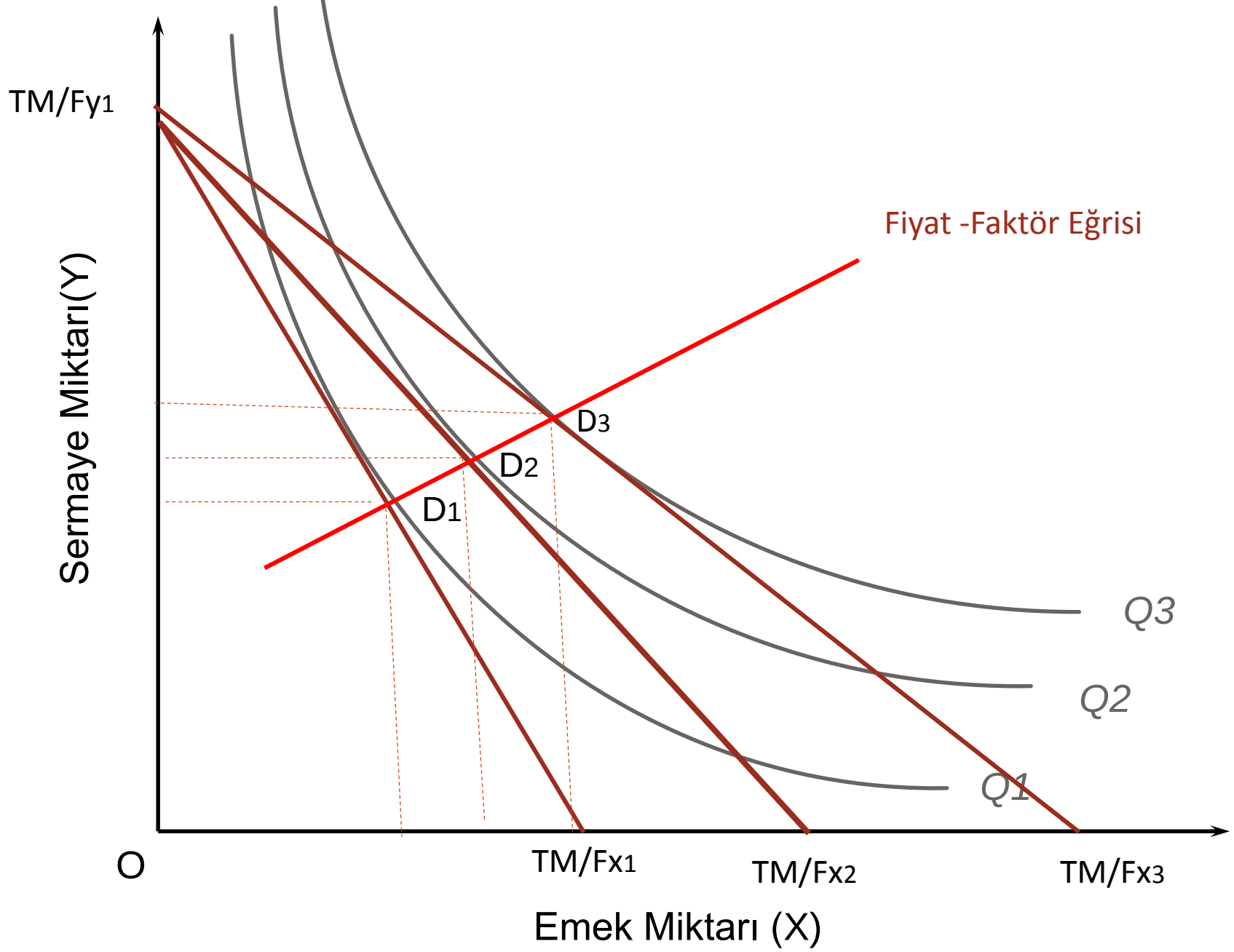


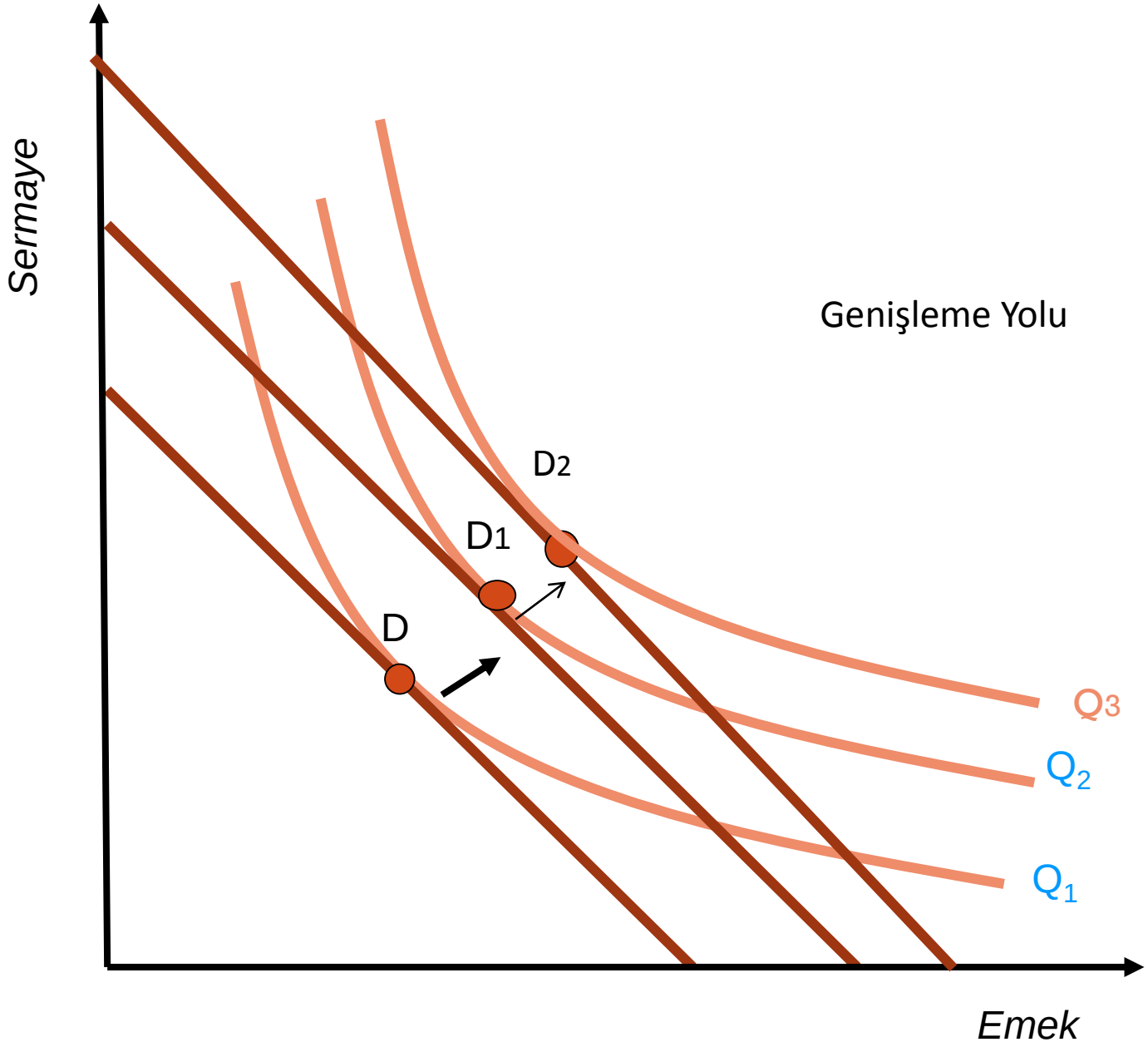
Belirli bütçe ile maksimum üretim sağlayan optimum faktör bileşimi (üretim maksimizasyonu)

Üretici Dengesindeki Değişmeler

- Üretici dengesi üzerinde etkili olan faktörler üreticinin sınırlı olan bütçesi ve faktör fiyatlarıdır.üreticinin bütçesi ve faktör fiyatları değiştiğinde üreticinin dengesi değişir.

Faktör Fiyatındaki Değişmeler ve Üretici Dengesi

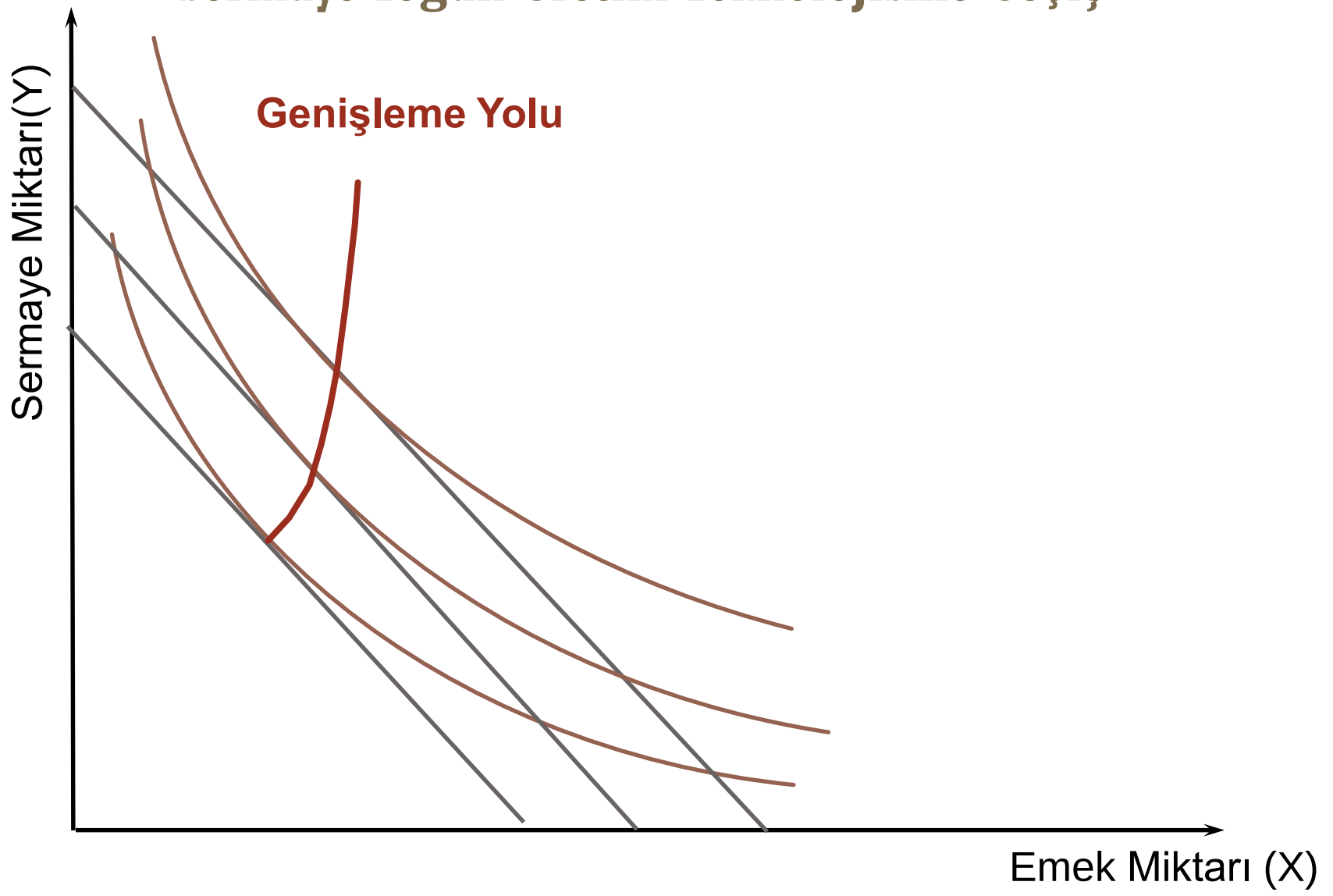



Sermaye
Genişleme Yolu
D2
D1
D
Q3
Q2
Q1
Emek

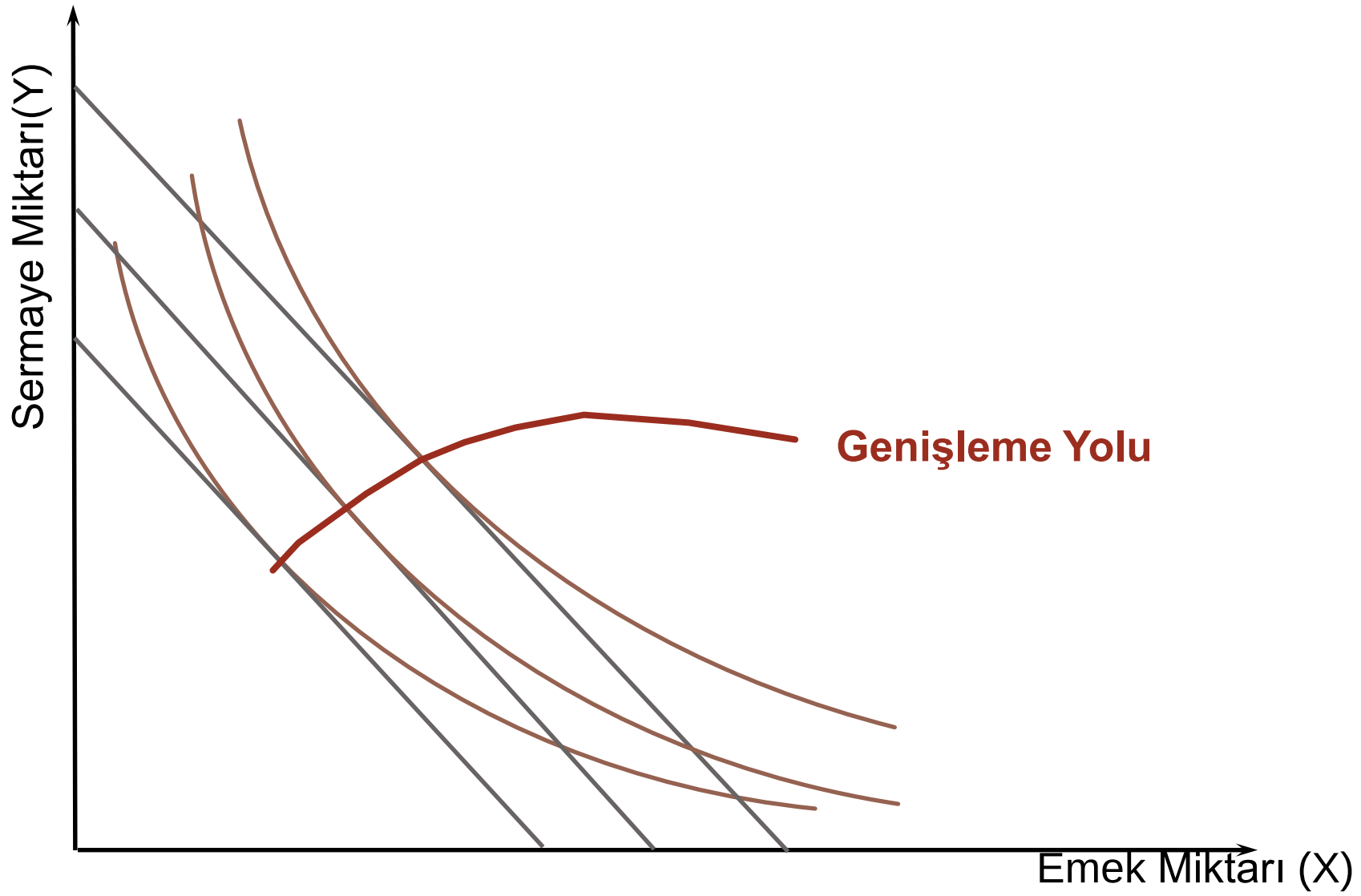
Genişleme Yolu

- Faktör fiyatları sabitken, bir firmanın çeşitli üretim miktarlarını minimum maliyetle gerçekleştirmesini sağlayan optimal faktör bileşim noktalarının geometrik yeridir.

Sermaye Yoğun Üretim Teknolojisine Geçiş



Emek Yoğun Üretime Geçiş



MALİYET ANALİZİ

Üreticilerin amacı kar etmektir.

Kar=Satış Hasılatı- Maliyetler arasındaki olumlu farktır.

Bu bölüm, üretici dengesi analizinin devamı niteliğinde olup firmaların üretim maliyetlerinin neler olduğu açıklanacaktır.

- Kısa dönem üretim maliyetleri
- Uzun dönem üretim maliyetleri

Kısa Dönem Üretim Maliyetleri

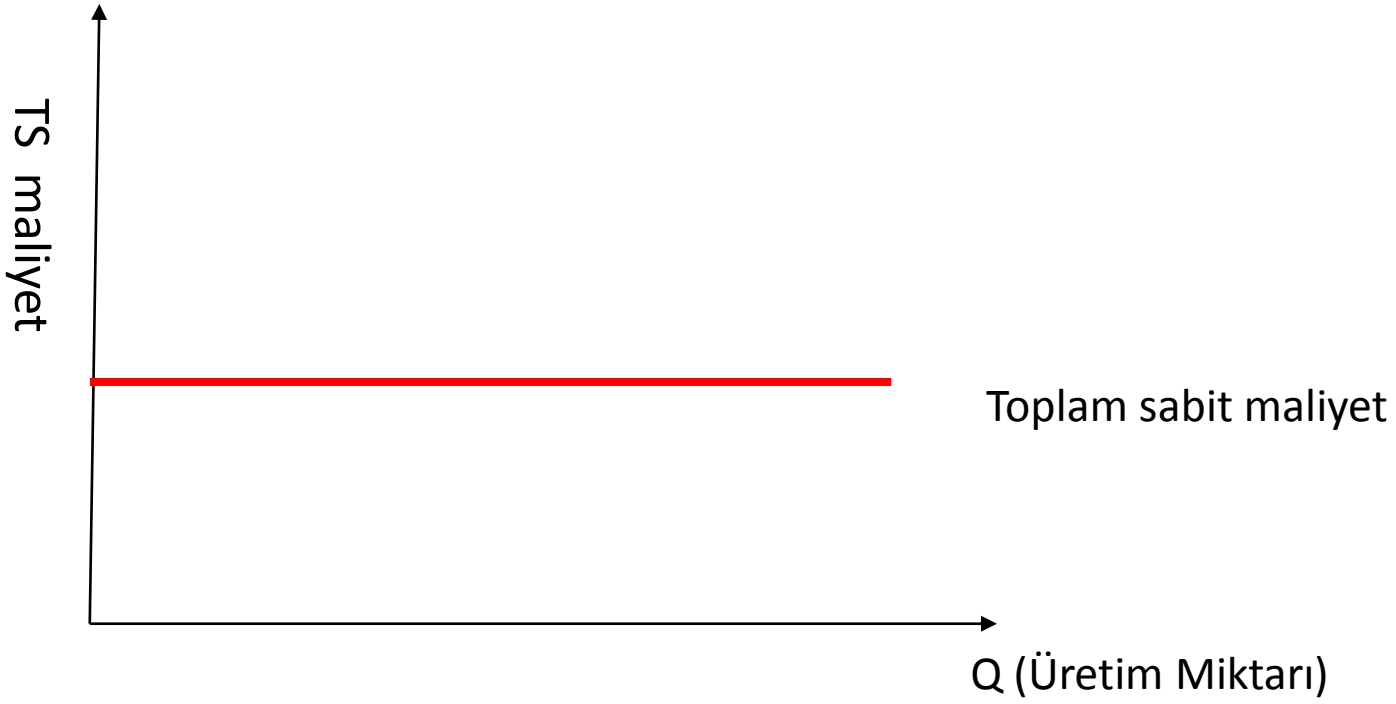
Üretimde kısa dönem, üretim kapasitesinin ve kullanılan teknolojinin veri olduğu üretimde kullanılan faktörlerin bir kısmının sabit tutulup değişken faktörlerin artırılmasıyla üretimin artırıldığı dönemdir. Buna göre kısa dönem üretim maliyetleri

- Sabit maliyetler
- Değişken maliyetler
- Toplam maliyet
- Marjinal maliyet
- Ortalama maliyet

- Üretimde kısa dönem en az bir değişken girdiye bağlı olarak üretim miktarının değiştirilebildiği ancak endüstriye giriş ve çıkışlar için yeterli zamanın olmadığı dolayısıyla firma sayısının sabit olduğu devredir. Fiyat firmalar için veri olduğundan, firmaların piyasada oluşan fiyat üzerinde hiçbir kontrolü söz konusu değildir. Firma etkileyemeyeceği fiyatı baz alarak kâr maksimizasyonunu sağlamaya çalışır. Toplam kâr, toplam hasılat ile toplam maliyet arasındaki pozitif farktır.

Sabit maliyet

Üretim miktarından bağımsız olan üretim miktarından etkilenmeyen yani üretim sıfır olsa bile firmanın katlanmak zorunda olduğu maliyetlerdir . Kiralar, yönetici aylıkları, faizler,bakım temizlik koruma vb gibi maliyet unsurları.



Ortalama sabit maliyet

$$OSM = \frac{\text{Toplam Sabit Maliyet (TSM)}}{\text{Üretim Miktarı (Q)}}$$



Ortalama sabit maliyet üretim arttıkça azalan bir seyir izler.

Değişken maliyetler

Üretim miktarına bağlı olarak değişen maliyetlere denir.

İşçilik, hammadde, enerji, su gibi maliyetler.

Hiç üretim yoksa yani sıfır ise değişken maliyetler de sıfırdır.

Üretim arttıkça artar azaldıkça azalır.



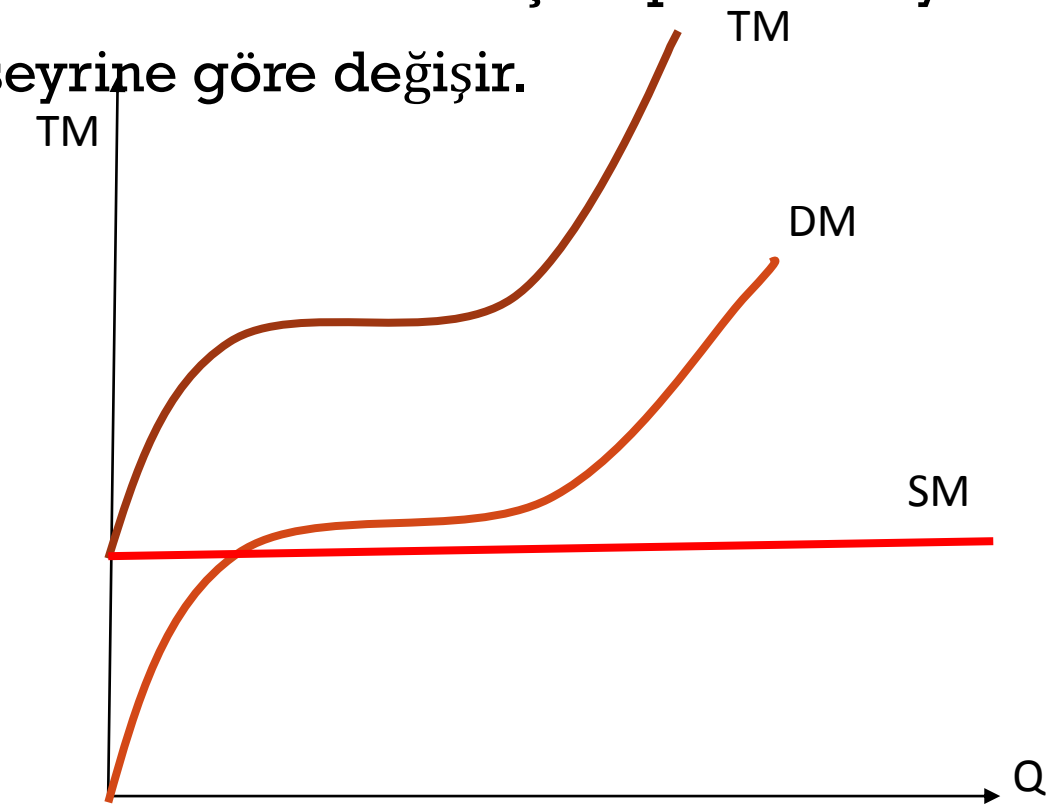
Ortalama Değişken Maliyet= Toplam Değişken Maliyet / Üretim Miktarı

TOPLAM MALİYET

Kısa dönemde firmanın toplam maliyeti, sabit maliyet ve değişken maliyetlerin toplamına eşittir

TM=SM+DM

Üretim miktarı arttıkça toplam maliyet değişken maliyetlerin seyrine göre değişir.



Marjinal maliyet

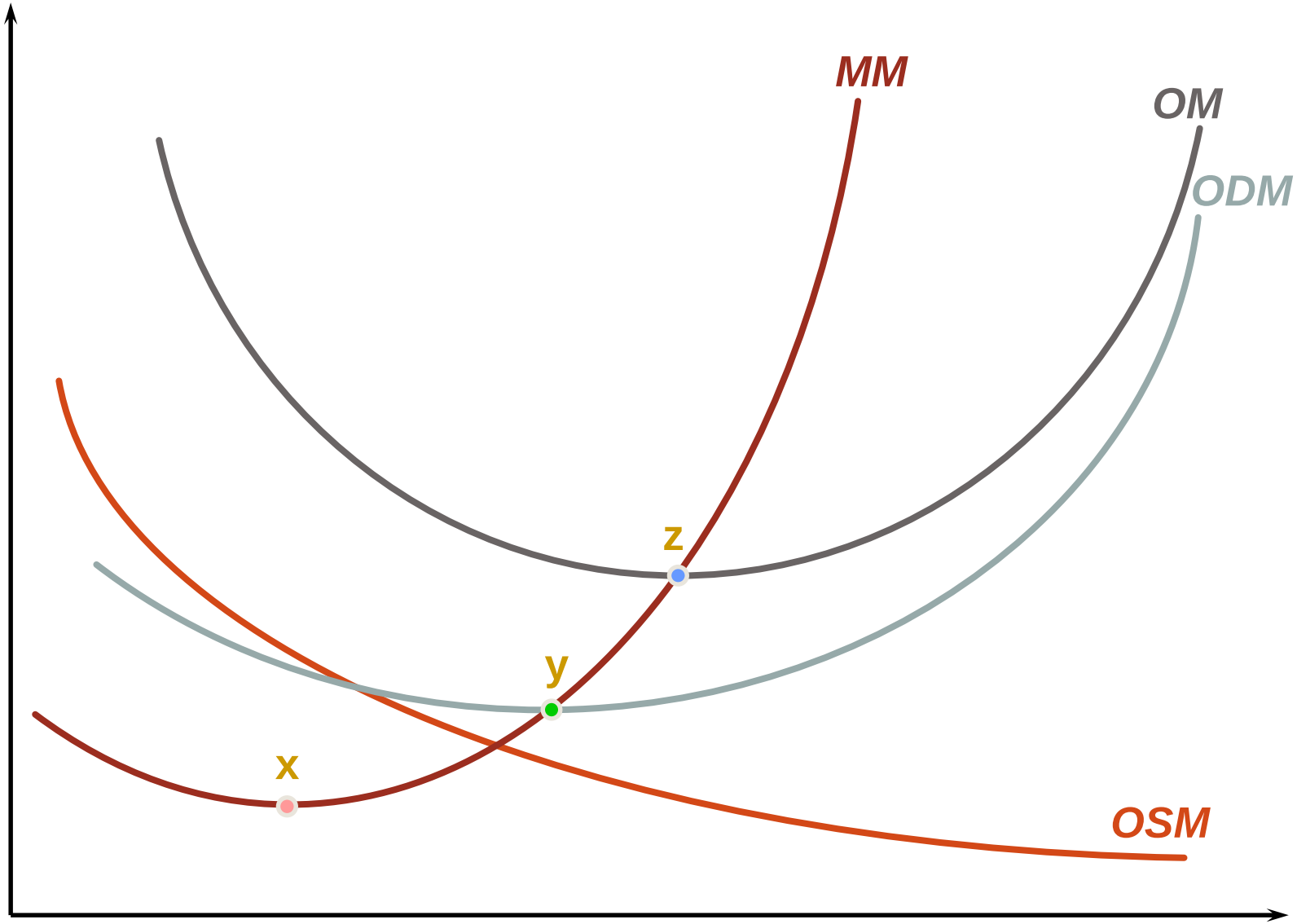
- Üretim miktarı bir birim arttırıldığında toplam maliyette meydana gelen değişmedir.
- Üretilen son birim malın maliyetini ifade eder

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

Marjinal maliyet üretim arttıkça önce azalan bir seyir izler belirli bir

seviyeye geldikten sonra artmaya başlar.

Ortalama ve Marjinal Maliyet Eğrileri

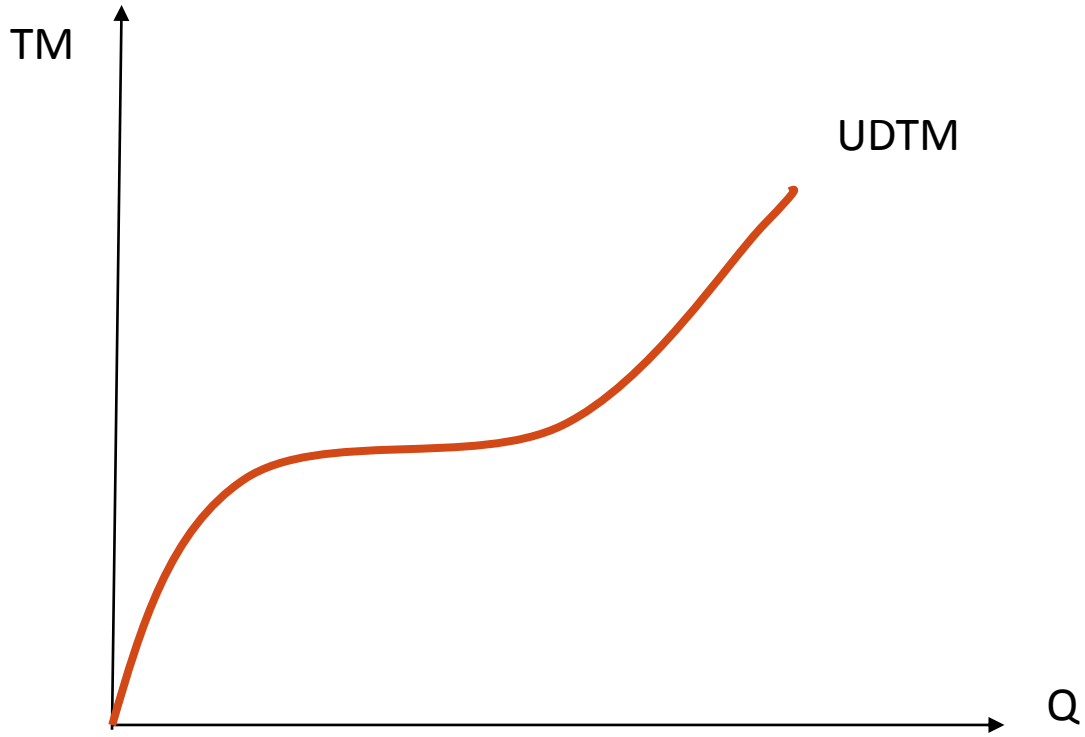


Uzun Dönem Üretim Maliyetleri

- Uzun dönem firmanın üretim kapasitesini istediği kadar değiştirebileceği dönemdir.
- Uzun dönemde bütün maliyetler değişir niteliktedir artık sabit maliyet söz konusu değildir.
- Uzun dönem maliyet eğrileri toplam maliyet eğrisi, ortalama maliyet eğrisi ve marjinal maliyet eğrisidir.

Uzun dönem toplam maliyet

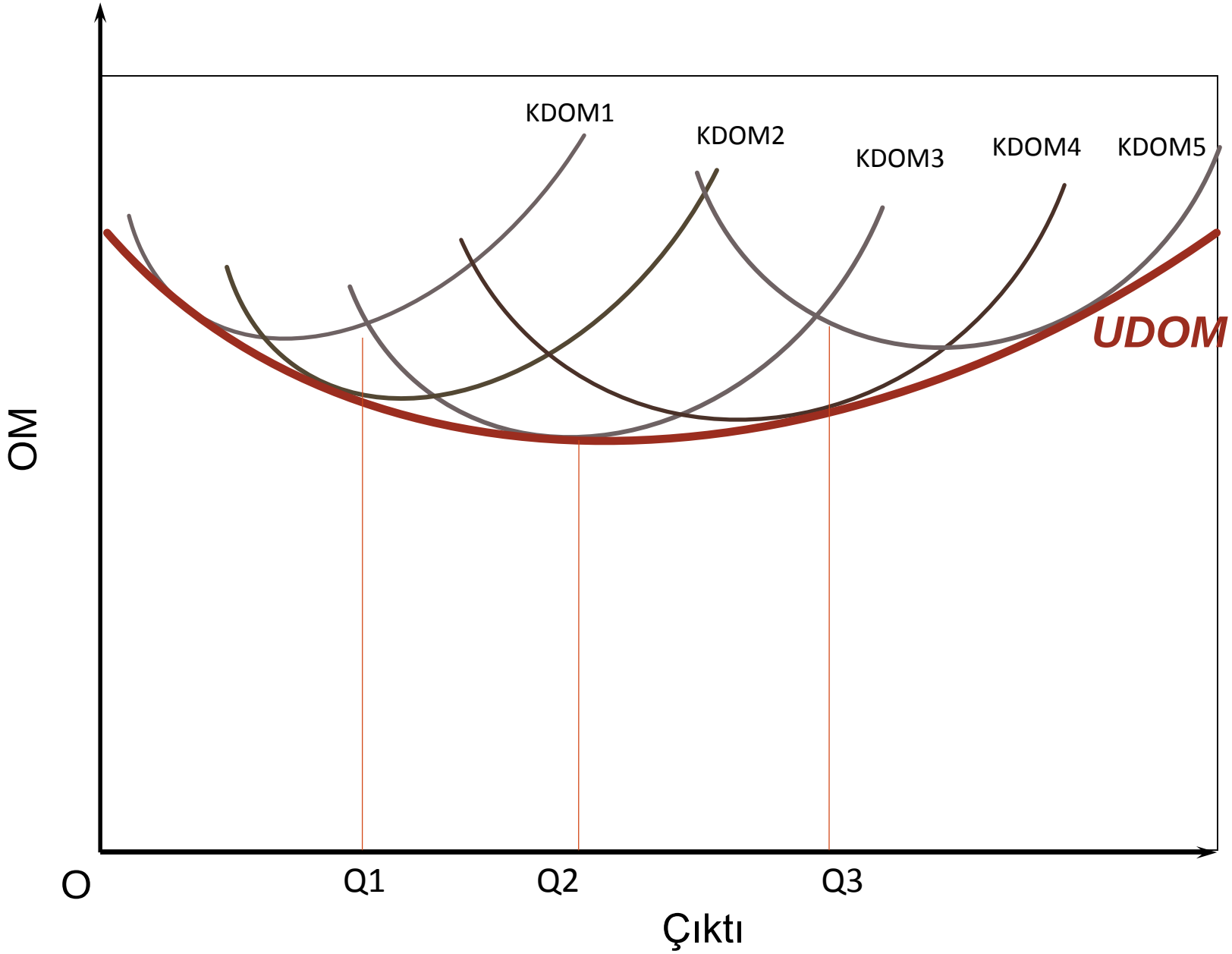
Uzun dönemde sabit maliyet olmadığı için TM eğrisi orijinden başlar.



Uzun dönem ortalama maliyet

Firma sabit maliyetleri değiştirecek üretim kapasitesini artırabilir. Önemli olan planlanan üretim düzeyini hangi tesis ölçeği ile yapacağıdır. Firma tesis ölçeğini her değiştirdiğinde kısa dönem koşulları ile karşı karşıyadır. Uzun dönem ortalama maliyet eğrisi kısa dönem ortalama maliyet eğrilerini alttan saran bir eğridir. Ve firmanın çeşitli üretim miktarlarını üretebileceği minimum maliyetleri verir

Kısa ve Uzun Dönem Ortalama Maliyet Eğrileri



TÜKETİCİ VE ÜRETİCİ RANTI

Bölüm konuları

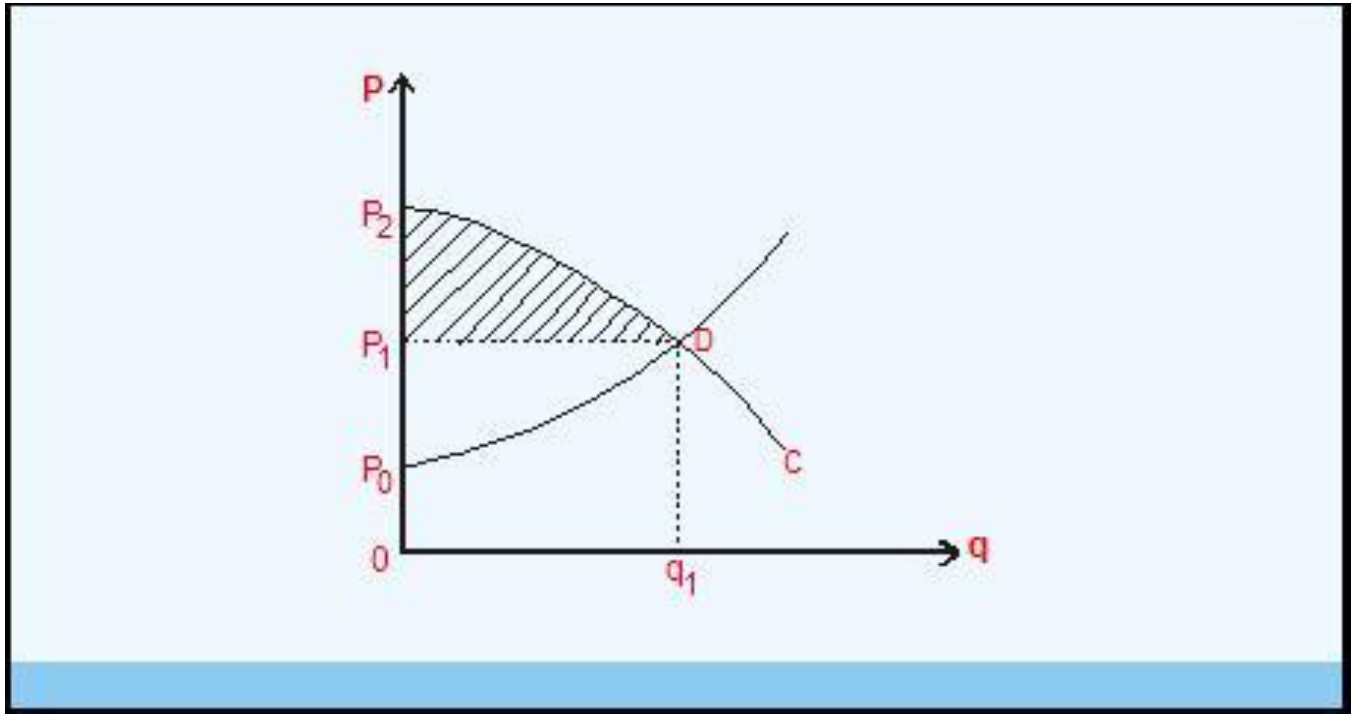
- Üretici ve tüketici rantı nedir
- Piyasa dengesinde meydana gelen değişmeler karşısında üretici ve tüketici rantının nasıl değiştiği

Üretici ve Tüketici Rantı

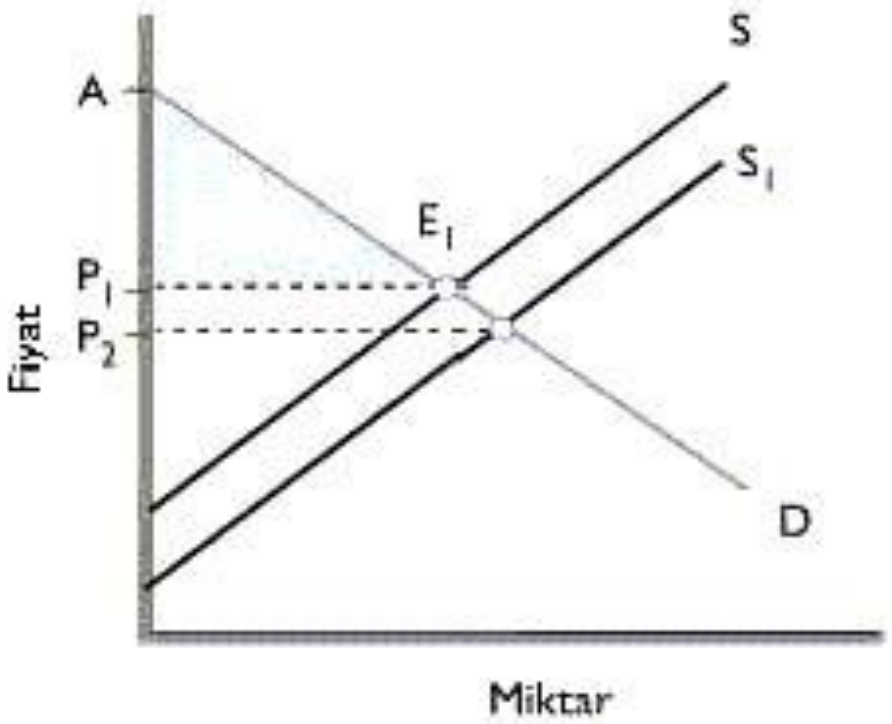
Bazı alıcılar bir malı denge fiyatının üzerinde almaya razı olabilir. Böylece malı almayı düşündükleri fiyattan ucuza alarak sübjektif bir avantaj sağlarlar. Denge koşulunda piyasada oluşan fiyat ile tüketicinin zihnindeki fiktif fiyat arasındaki farktan doğan avantaja tüketici rantı denir.

Bazı satıcılar denge fiyatının altında bile mal satmaya razıdırlar. Denge fiyatı, umdukları fiyatın üzerinde olduğunda üreticiler bir avantaj sağlar. Piyasada oluşan fiyat ile üreticinin malını satmayı düşündüğü fiyat arasındaki farktan doğan avantaja üretici rantı denir.

Tüketicinin almayı umduğu fiyat ve fiilen malı satın aldığı fiyat arasındaki parasal farka "tüketici rantı" denir.

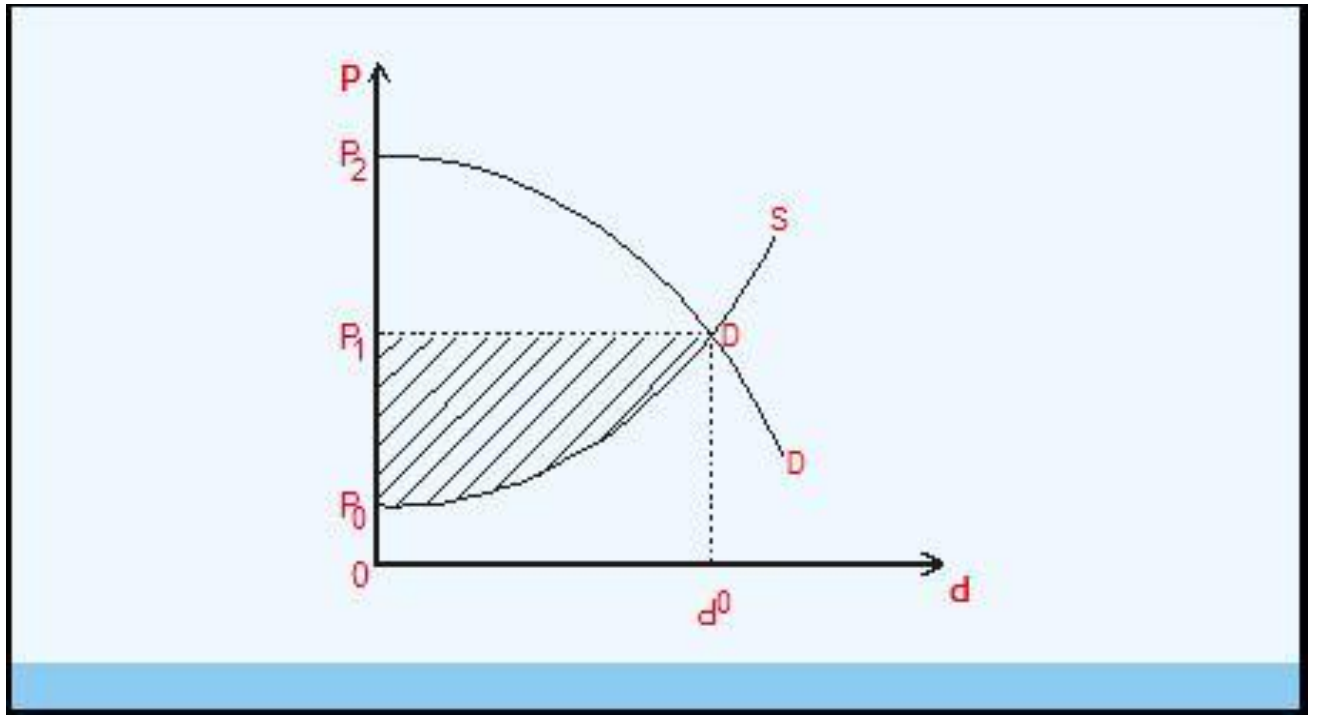


Tüketici Rantının Değişmesi

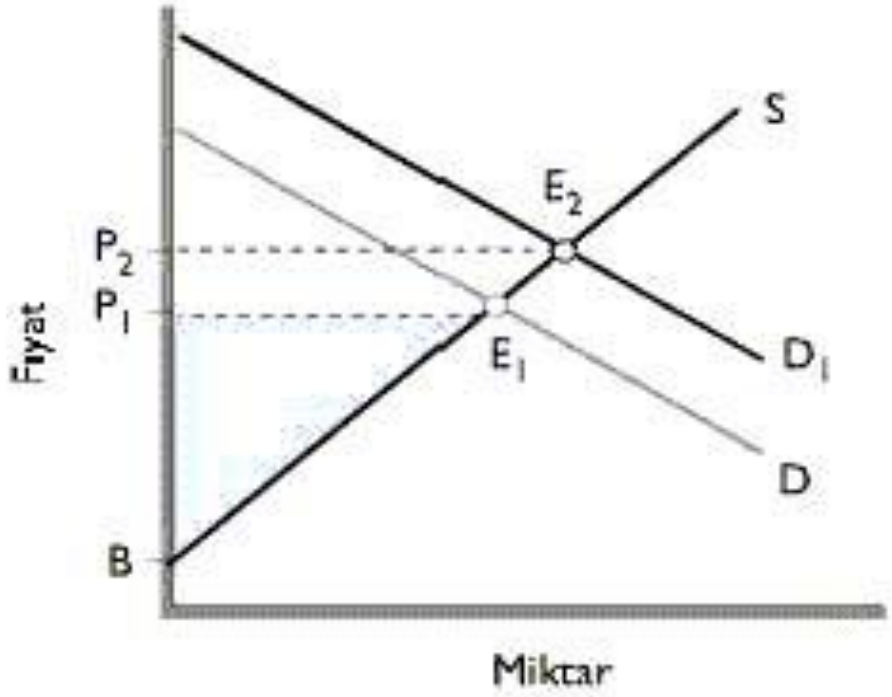


- Denge fiyatının azalması tüketici rantını büyütecektir. Çünkü bir taraftan mevcut miktar için tüketiciler daha az öderken, diğer taraftan bu düşük fiyattan yeni tüketiciler piyasaya girecektir. Söz konusu rantın öncekine daha büyük olması ekonomide refah düzeyinin arttığını yansıtır.
- Devletin piyasaya müdahalesi piyasa fiyatını etkilediği için bu tür politikalar tüketici refahını da değiştirir.

Üreticinin satmaya razı olduğu fiyat ve fiilen malını sattığı fiyat arasındaki farka "üretici rantı" adı verilir.



Üretici Rantındaki Değişme



- Denge fiyatının yükselmesi üretici rantını büyütecektir. Çünkü bir taraftan mevcut miktar için piyasadaki üreticiler daha yüksek bir fiyat elde ederken, diğer taraftan bu yüksek fiyattan yeni üreticiler piyasaya girecektir. Söz konusu rantın öncekine göre daha büyük olması ekonomide kârlılığın arttığını gösterir.
- Devletin piyasaya müdahalesi piyasa fiyatını etkilediğine göre bu tür politikaların üreticilerin kârlılığını da değiştirir.

TAM REKABET PİYASASI

- Tam rekabet piyasasının oluşumu, koşulları, özellikleri konularına değinilecektir.

  Tam rekabet piyasasının;

- Tanımı
- Koşulları
- Özellikleri

Tanımı

- Alıcı ve satıcıların çok olduğu aynı tür malların satıldığı ve piyasadaki bilgilendirmelerin tam olduğu özel bir piyasa türüdür.

Koşulları

- Atomisite,piyasada çok sayıda alıcı ve satıcı vardır
- Homojenlik, piyasada ürünler birbirinin aynıdır
- Mobilite, firmalar kolaylıkla piyasaya girip çıkarlar
- Açıklık, alıcı ve satıcılar tam bilgiye sahiptir

TAM REKABET PİYASASININ VARSAYIMLARI

- Her biri toplam piyasa miktarının çok küçük bir payına sahip çok sayıda firma vardır.
- Piyasaya giriş serbesttir. Girişi engelleyen etmenler yoktur.
- Piyasada faaliyet gösteren tüm firmalar tamamıyla aynı ürünü üretmektedir. Yani ürün homojendir. Tarım ürünleri, yağ, gümüş, kereste, demir örnek verilebilir
- Üretim girdileri tam hareketliliğe sahiptir. Girdiler ister endüstri içi, isterse endüstriler arası hareket edebilirler.
- Piyasadaki tüm ekonomik karar birimleri, malın fiyatı, kâr imkanları gibi konularda tam bilgiye sahiptirler.

- Bir mal için sadece arz ve talep tarafından belirlenmiş bir fiyatın bulunduğu ve geçerli olduğu piyasalardır.
- Özel bir piyasa türüdür. Tam rekabet, hiçbir firmanın sattığı ürünün fiyatı üzerinde tek başına kontrol gücünün olmadığı özel bir piyasa yapısıdır. Tam rekabetçi firma fiyat belirleyici değil, fiyat kabullenicidir.
- Tam rekabet koşullarında faaliyet gösteren bir firma, piyasada oluşan fiyatı esas alarak, bu geçerli piyasa fiyatından istediği kadar mal satabilir. Bu nedenle, tek bir firmanın ürününe olan talep eğrisi, geçerli piyasa fiyatında tam esnektir (sonsuz esnektir) ve eğri yatay eksene paralel bir doğru biçimdedir.

AKSAK REKABET PİYASALARI

Bu konuda aksak rekabet piyasalarından

- Monopol piyasası
- Oligopol piyasası ve
- Bu piyasaların özellikleri hakkında kısaca bilgi verilecektir

Monopol Piyasası ve Özellikleri

- Monopol piyasasında bir tek satıcı, buna karşılık n sayıda alıcı söz konusudur. Ayrıca piyasaya giriş ve çıkışların kısıtlanmış olması gerekmektedir. Bu piyasada rakip olmadığından monopolcü satış fiyatını belirlerken bağımsız hareket edebilir. Fiyat veri değildir. Ancak firma fiyatı yinede dilediği gibi belirleyemez çünkü;
- Her malın zayıfta olsa bir ikamesi vardır, ayrıca tüketicinin satın alma gücü sınırlıdır.

- Monopol piyasasında firma, malın tek satıcısı olduğundan firmanın malına karşı talep eğrisi aynı zamanda malın piyasa talep eğrisidir. Monopolcü firma malın fiyatını düşürdükçe çok, yükselttikçe daha az mal satar. Firmanın fiyat ve miktarı kontrol etme imkanı vardır. Kısaca firma, kendisine en yüksek karı sağlayacak fiyat-miktar ayarlamasını yapma imkanına sahiptir. Monopolcünün sattığı malın ikamesi ne kadar güçse talep eğrisi de o kadar esnek olacaktır.
- Örneğin ülkemizdeki tekel ürünleri, şeker piyasaları buna en güzel örneği teşkil eder.

Monopolün ortaya çıkış nedenleri

- Doğal Nedenler : Monopoller bazen doğal koşullara dayalı olarak ortaya çıkabilir.

- Yasal Nedenler : Bir malın üretiminin ve satışının yasa veya imtiyazlarla tek bir firmaya verilmesi ile oluşur.

- Akdi Nedenler : Aynı malı üreten firmaların kendi aralarında rekabeti kaldırmak için anlaşmaları ve bir malın üretimi veya satışını tek bir firma gibi kontrol etmeleri

- Fiili Nedenler : Firmaların tesislerini büyütmeleri birim maliyetlerini oldukça düşürüp monopol haline gelmeleri

Monopolün Faydaları

- Bazı mal ve hizmetlerin, devlet ve diğer kamu kuruluşlarının kontrolünde olması ülke açısından faydalı olabilir. Örnek olarak; insan sağlığını korumak amacıyla kurulan içki monopolleri verilebilir.
- Büyük sermaye yatırımı gerektiren bazı hizmetlerin tek bir kuruluş elinde olması faydalı olacaktır. Örnek olarak; demiryolu işletmesi verilebilir.
- Yine birçok firmanın aynı bölgede tek bir iş için yatırım yapmasının sermaye israfına yol açabileceği durumlarda bu işin tek bir firmaya verilmesi uygun olabilir. Örneğin olarak; telefon şebekesi verilebilir.

Monopolün Sakıncaları

- Monopoller optimal kaynak dağılımını bozmaktadır. Monopolcü firma daha az üretim yaparak daha yüksek fiyattan satmaktadır.
- Gelir dağılımını bozmaktadır. Tam rekabet piyasasında uzun dönemde aşırı kar ortadan kalkarken, monopolcünün kısa dönem sağladığı kar uzun dönemde de devam etmektedir.
- Monopolcü firma, tam rekabet şartları altındaki bir firmaya göre daha muhafazakar hareket eder. Yani, yeni teknik ve metotların bulunmasını, uygulanmasını geciktirir.
- Monopolcü firmanın reklamlara fazla yer vermesi reklam giderleri. Reklamlar mala karşı talebi arttırmakta ve malın tüketici yanında değerini yükseltmektedir. Monopolcü firma bu şekilde talebi etkileyerek karını yükseltmektedir.

Monopson ve Çift Monopol

- Çok sayıda firma tarafından üretilen bir mal tek firma tarafından satın alınıp yeniden çok sayıda tüketiciye satılabilir.
- Firma alışta monopsoncu satışta monopolcü olduğundan bu piyasaya çift monopol yada zincirleme monopol denir.

MONOPOLLÜ REKABET PİYASASI

Tanımı: Tekelci rekabet piyasası da denir. Çok sayıda firma tarafından üretilen benzer malların farklıymış gibi gösterilip firmaların monopolleştiği piyasadır.

Mal Farklılaştırması: Malların, farklı renk, koku, görünüş, desen, ambalaj ve isim altında piyasaya sürülmesidir.

Reklam çok önemlidir.

Piyasaya Giriş-Çıkış-Satıcı Sayısı: Giriş çıkış serbesttir. Mal üretimi büyük sermaye gerektirmez.

Mallar arasındaki ikame ilişkisi: Mallar yakın ikame mallardır.

OLİGOPOL PİYASASI VE ÖZELLİKLERİ

- Oligopol piyasası birbirine etki edebilecek az sayıda satıcının, buna karşılık n sayıda alıcının bulunduğu bir piyasa türüdür. Bu piyasa tam rekabet piyasası ile monopol piyasası arasında yer almaktadır. Gerçek hayatta en çok rastlanan piyasa türüdür.
- Oligopol piyasalardaki firmalar arasında açık veya gizli bir mücadele devam etmektedir. Bu piyasalarda klasik rekabet aracı olan fiyat rekabetine daha az rastlanmaktadır. Bu nedenle oligopol piyasasındaki firmalar fiyat rekabeti yerine başka yollarla mücadele etmeyi yeğlemekte, piyasa paylarını daha çok gizli veya açık anlaşmalar yaparak pazar paylarını arttırmayı ve birlikte yaşamayı kabul etmektedirler. Bu şekilde davranmalarının amacı fiyatı arttırarak maksimum kar sağlamayı hedeflemektedirler.

Anlaşmalı Oligopoller

- Yatay ve Dikey Birleşmeler
- Karteller
  - Fiyat karteli
  - Miktar karteli
  - Bölge karteli
- Tröstler :
- Holdingler

- ✓Piyasadaki her firmanın ürettiği mal aynı ise yani homojense tam oligopol (benzin, çimento
- ✓Mal farklılaştırılması ve çeşitlendirilmesi varsa noksan oligopoldür (bilgisayar ,TV, otomobil)

Eksik rekabet piyasalarından oligopolün özel şekilleri

- ✓Duopol: İki satıcı, çok sayıda alıcı
- ✓Triopol: Üç satıcı çok sayıda alıcı

ÜRETİM FAKTÖRLERİ ANALİZİ

Bu bölümde, üretim faktörleri ve faktör gelirleri ve faktör piyasasının işleyişi konularına değinilecek. Bu kapsamda konularımız;

- ✓Faktör piyasası
- ✓Faktör talebi
- ✓Faktör arzı
- ✓Faktör gelirleri açıklanacak

FAKTÖR PİYASASI

- Üretim faktörleri emek sermaye ve doğal kaynaklardı
- **Faktör piyasası ise** üretim faktörlerinin (işgücü, sermaye ve toprak) alınıp satıldığı piyasalardır. Bu genel gruplama içinde, tüm girdilerin de temsil edildiğini hatırlamanız gerekir. Faktör fiyatları, faktör piyasasında belirlenir. Aslında, tüm piyasa gelirleri, faktör piyasalarından türetilir.

- Faktör piyasaları ile tüketim mallan piyasaları bazı benzerlikler gösterir. Ancak, aralarında temel bir farklılık da vardır. Bilindiği gibi, çoğu kaynaklar insanların isteklerini karşılamaya yönelik mal ve hizmetlerin üretiminde gerekli oldukları için üretim faktörleri, insanların isteklerini dolaylı olarak tatmin ederler. Ekonomik birimlerin mallara olan doğrudan talepleri, bu malların üretiminde kullanılacak kaynaklara dolaylı veya **türev talep** yaratır. Özetle faktör piyasasında faktör talebi bir türev taleptir ve mal piyasasındaki talep tarafından önemli ölçüde etkilenir. Faktör fiyatları, tıpkı ürün fiyatlarında olduğu gibi faktör arz ve talebi tarafından belirlenir.

Faktör Talebi

Belirli bir piyasada belirli bir dönemde o faktörün fiyatı dışındaki etmenler sabitken çeşitli fiyatlardan satın alınmak istenen faktör miktarıdır.

Faktör talebinin özellikleri

- ✓ Üretim faktörleri türev taleptir.

  Üretim faktörleri doğrudan bazı gereksinmeleri karşıladıkları için değil de ihtiyaçları karşılayan malların üretimi için gerekli olduklarından talep edilmektedir. Bu sebepten dolayı üretim faktörleri talebi türev taleptir. Faktör talebinin kaynağı tüketici tercihleridir.

- ✓ Türev talep olması yanında bağlı talep niteliğindedir.

  Çünkü üretim faktörleri üretim esnasında belirli ölçüde birbirlerini tamamlayıcı niteliktedir. Buğday üretmek için emeğe de ihtiyaç var sermaye ve toprağa da

- **Firmanın Faktör Talebi:** Firma faktörlerden marjinal ürün hasılatı = marjinal faktör maliyeti eşitliğine karşılık gelen miktarda satın alacaktır. Faktör piyasasında tam rekabet varsa, firma aynı fiyatta dilediği kadar satın alır. Marjinal ürün hasılatı = Marjinal Fizik ürün x Fiyat

Faktör talebini etkileyen faktörler

- Faktörün kendi fiyatı
- Talep edilen mal miktarı
- Faktörlerin (kaynakların) verimliliği
- Diğer üretim faktörlerinin fiyatları

- Mal ve hizmetlere olan talep ile faktör talebi arasında doğrudan bir ilişki vardır. Eğer bir mala olan talep artarsa, bu malı üretmek için kullanılan kaynaklara olan talep de artar, mallara olan talep azalır ise faktör talebi de azalır
- Faktörleri talep eden kişiler, doğal olarak en verimli faktörleri kiralamak isterler. Kaynakların verimliliği arttıkça kaynak talebi de artar. Kaynakların verimliliğini etkileyen birçok etmen vardır.

- ✓ Faktör talep esnekliğini etkileyen faktörler:

Zaman
Malın talep esnekliği
Marjinal ürün gelirini azalma biçimi
Faktörler arası ikame olanağı

FAKTÖR ARZI

- Belirli bir dönemde çeşitli fiyatlardan satılmak istenen faktör miktarlarını ifade eder.
- Faktör arzı, faktörün miktarı ile o faktörün sahibinin sahip olduğu faktörü, üretimde kullanılma amacıyla kiraya verip vermeyeceğine bağlıdır.
- Faktörlerin arzı ile ilgili kararlar, bu faktörlerin sahiplerince verilir
- Tüm faktörler kısa dönemde tüm ekonomi açısından esneklikleri çok küçüktür hatta sıfırdır.

Tüm faktörlerin arz esneklikleri genellikle serttir. Çünkü faktörlerin ekonomideki miktarları sınırlıdır ve fiyatlar yükselse de toplam faktör arzını artırmak mümkün değildir.

Faktör arz esnekliğinin sert olmasının nedenleri;

- ✓Toprak miktarı tüm ekonomi göz önüne alındığında sabittir.
- ✓Emek arzı bir ekonomide çalışmak isteyen kişilerin sayısı ile sınırlıdır
- ✓Sermaye faktörü de emek arzına benzer

Faktör Gelirleri

- Piyasa ekonomilerinde, faktörlere yapılan ödemeler, faktör sahibi bireylerin başlıca gelir kaynağını oluşturur. Bu nedenle piyasa ekonomilerinde, faktör gelirlerinin açıklanması ile hem fiyat sisteminin işleyişi analiz edilmiş, hem de kaynak dağılım mekanizması anlaşılmış olur. Örneğin ücret, üreticiler açısından bir maliyet iken işçiler için bir gelirdir. Bu gelir sayesinde işçiler mal ve hizmet satın alabilirler. Dolayısıyla ücretler, sadece farklı malların üretim miktarını, fiyatlarını ve maliyetlerini etkilemekle kalmaz, aynı zamanda işçilerin ulusal gelirden ne kadar pay aldıklarını da belirler.


Üretim Faktörleri
Faktör Gelirleri
Emek
Ücret
Sermaye
Faiz
Doğal Kaynaklar
Rant (Kira)
Girişimci
Kar

EMEK VE ÜCRET

Ücret emeğin üretimden aldığı paydır. Yani emek faktörünün fiyatıdır.

-Nominal (Parasal) Ücret: İşçilerin çalışmaları karşılığı, saat başına, günlük, haftalık veya aylık olarak aldıkları para miktarını gösterir.

-Reel Ücret: bir kişinin parasal ücreti ile satın alabileceği mal ve hizmet miktarını gösterir. Yani reel ücret, parasal ücretin satın alma gücünün bir göstergesidir. Dolayısıyla bir kişinin reel ücreti, elde ettiği parasal ücreti ile satın alabileceği mal ve hizmet fiyatlarına bağlıdır.

Emek Arzı: Emek arzı belirli bir piyasada belirli bir dönemde ücret dışındaki faktörler sabitken çeşitli ücretler düzeyinde işçilerin çalışmaya razı oldukları süreleri ifade eder. Emek arzını, işçinin zevk ve tercihleri, işçinin satın alacağı mal ve hizmetlerin fiyatı belirler. Ücretler yükseldikçe arz edilen emek miktarı önce artarken belirli bir ücret düzeyinden sonra azalmaya başlayabilir. Buna tersine dönen (tersine esnek) emek arz eğrisi denir. Piyasa arz eğrisi de buna benzerdir.

Emek Talebi: Emek talebi belirli bir piyasada çeşitli ücretlerde istihdam edilmek istenilen emek miktarını ifade eder. Emek talebi emeğin marjinal verimliliğine bağlıdır. Emek talep eğrisi, marjinal ürün hasılat eğrisine özdeştir.

SERMAYE VE FAİZ

Faiz sözcüğü, iktisatta iki anlamda kullanılır.

- Birinci anlamında faiz, bir borç anlaşması ve onun satışı ile ilgili getiriyi nitelemek için kullanılır.
- Faizin ikinci anlamı ise, üretimde girdi olarak kullanılan sermayenin getiri oranı olmasıdır.

Faizin iki farklı anlamı olmasına rağmen, iktisatçılar genelde sanki tek bir faiz oranı varmış gibi konuşurlar. İki farklı anlamdaki faiz oranlarının birlikte hareket etme eğilimlerinden dolayı, gerçekte de tek bir faiz oranından söz etmek mümkündür.

TOPRAK VE RANT

Optimum faktör bileşimini elde etme çabası, çoğu durumlarda emek ve sermaye yanında doğal kaynaklar (veya toprak) gibi arzı sabit olan faktörlerin kullanımını da gerektirir. Doğal kaynakların var olması, insan çabalarına bağlı olmadığı için sermayeden farklıdır. Arzı artırılamayan toprağı, üretim amacıyla kullanmak için, işgücü ve sermaye kullanarak temizleme, kazma veya sulama gibi çeşitli iyileştirmelerle verimliliği artırılabilir. Bununla birlikte, toprak arzı (miktarı) toprak talebine göre sınırlı olduğu için, kullanımı karşılığı belirli bir bedel ödenmesi gerekir, işte bu bedele genel olarak rant (kira) denir. Ancak iktisatçıların üzerinde durduğu rant kavramı ekonomik ranttır.

Ekonominin Döngüsel Akımı

