SAY 103
İKTİSADA GİRİŞ

1

Yrd. Doç Dr. Emre ATILGAN

İLETİŞİM

Yrd. Doç. Dr. Emre ATILGAN

- **E-posta:** emreatilgan@trakya.edu.tr
- **Web:** www.emreatilgan.com
- **Twitter:** EMRE_ATILGAN

DERS PLANI

1. Giriş
    a. Ekonomi nedir?
    b. Ekonominin temel sorunları
    c. Ekonomi politikasının temel hedefleri
    d. Üretim olanakları eğrisi ve Fırsat Maliyet
2. Fiyat Mekanizması
    a. Talep
    b. Arz
    c. Piyasa dengesi
3. Esneklikler
    a. Talebin fiyat esnekliği
    b. Diğer talep esneklikleri
    c. Arz esnekliği
    d. Diğer arz esneklikleri

DERS PLANI

4. Tüketim teorisi
    a. Marjinal fayda ve tüketici dengesi
5. Üretim ve üretim maliyetleri
    a. Kısa dönem üretim fonksiyonu
    b. Kısa dönem üretim maliyetleri
6. Tam rekabet Piyasası
7. Monopol Piyasalar (Tekel piyasalar)
8. Monopolcü Rekabet Piyasaları
9. Oligopol Piyasalar
10. Makro Ekonomi
    a. Ulusal Hesaplar
    b. Ekonomik Büyüme
    c. Enflasyon
    d. İşsizlik
    e. Gelir Dağılımı
    f. Para – Banka

KAYNAKLAR

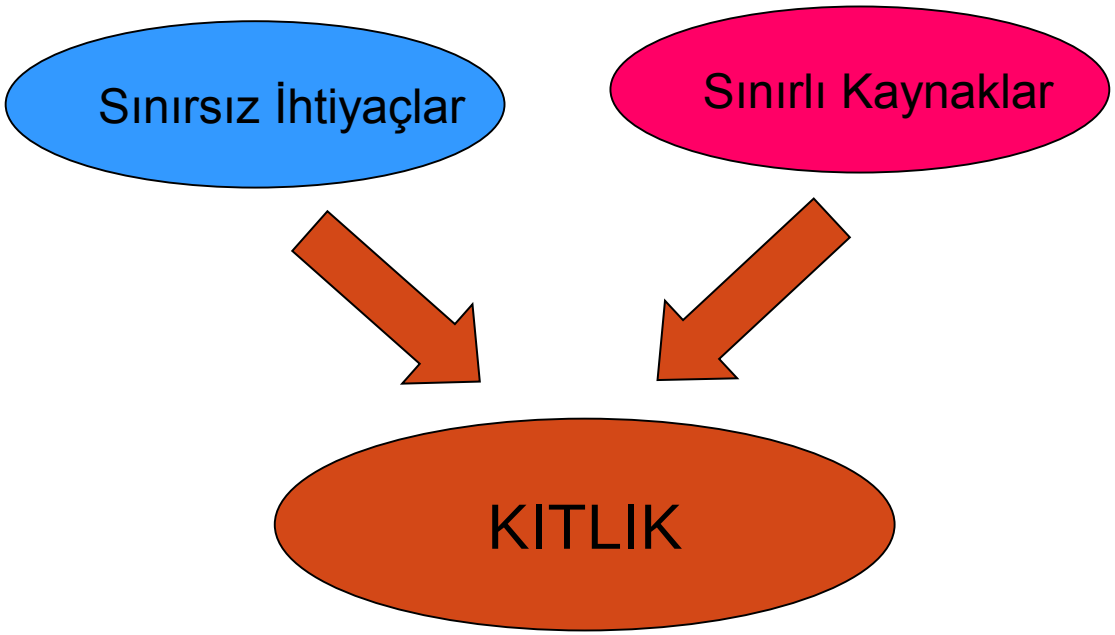
- İşletme Ekonomisi ve Yönetimi, Muammer Doğan, Nobel Yayınları
- Temel Ekonomi, Tümay ERTEK,Beta Yayınları
- İktisadın ABC'si, İlker PARASIZ, Ezgi Kitabevi
- Mikro İktisat, Erdal M. Ünsar, İmaj Yayıncılık

Ekonomi Nedir?

- Ekonomi Kökeni Yunancadaki "oikia" (ev) ve "nomos" (kural) kelimelerine dayanır, "ev yönetimi" demektir. Ekonomi yerine Türkçe'de Arapçadan geçme İktisat kelimesi de kullanılmaktadır.
- Ekonominin tanımı konusunda görüş birliği yoktur. O nedenle de çeşitli tanımlar ortaya atılmıştır. En genel geçer ekonomi tanımı şu şekilde yapılır:

«**Sınırsız insan ihtiyaçlarının, sınırlı kaynaklarla** nasıl tatmin edileceğini inceleyen bir sosyal bilimdir»

Ekonomi Nedir?



Ekonominin çözmeye çalıştığı temel sorun

Ekonomi Nedir?

- Kaynaklar sınırlı olduğu için insanlar tercih yapmak zorundadır.
- Herhangi bir tercih sonucunda bir **fırsat maliyeti** oluşur.
- **Fırsat maliyeti:** Bir tercihin yapılması sonucunda vazgeçilen bir sonraki en iyi tercihe denir. (Maç/film?)
- Ekonomide kararlar fırsat maliyetlerine göre verilir.

Normatif ve Pozitif İktisat Ayırımı

- **Pozitif iktisat**; ne, nasıl, nerede, ne zaman, ne kadar gibi objektif önermelerle ilgilenir.
  - Örneğin, sigaraya %10 vergi konulursa tüketim yüzde kaç düşer?

- **Normatif iktisat**, iktisadi analizinde, iyi-kötü, doğru-yanlış gibi sübjektif veya ahlaki değerlere atıf yapar.
  - Örneğin; Sigara tüketimini azaltmak için vergi konulmalıdır.

Ekonomi Nedir?

Örnek: Yapılan yatırımların toplum açısından alternatif maliyetini **feda edilen yatırımlar** oluşturur.

- Yol
- Baraj
- Liman
- Hastane
- Okul
- Tüp geçit?

Ekonomi Nedir?

- Ne, Ne kadar Üretilecek?
- Nasıl üretilecek?
  - Emek yoğun?
  - Sermaye yoğun?
- Ne zaman üretilecek?
  - Talep miktarı
  - Yatırımların zamanlaması
- Nerede üretilecek
  - Hammaddeye yakınlık
  - Talebe yakınlık
  - Taşıma maliyetleri
  - Çevre
- Nasıl paylaşılacak?
  - Gelir dağılımı

Ekonominin Temel Hedefleri

- Kaynakların tam olarak kullanılması
  - İşsizlik
  - Kullanılmayan doğal kaynaklar
- Kaynakların etkin kullanılması
  - Mal ve hizmetlerin gerektiği kadar üretilmesi
- Büyüme
  - GSMH artışı
- Adil gelir dağılımı
- İstikrar
  - Fiyat istikrarı
- İç ve dış borçlanmadan kaçınmak

Ekonomi Bilminin Çalışma Alanları

Ekonomi bilimi, iki temel alana bölünmüş durumdadır:

- ✓**mikroekonomi**
- ✓**makroekonomi**

Mikroekonomi

Ekonomiyi tüketiciler, firmalar ve endüstriler düzeyinde inceleyen disiplindir. Yunanca mikros kelimesinden türemiştir. iktisadi mesele ile etkinlik üzerinde durur ve şu soruların cevabını arar:

- Ne, ne kadar üretilecek
- Nasıl üretilecek
- Ne zaman üretilecek
- Nerede üretilecek
- Kimler için üretilecek,
- Dağılımda-üretimde-bölüşümde etkinlik var mı ?

Mikroekonomi

- Ekonomide tekil birimlerin incelenmesini konu edinir. Belirli bir malın fiyatı, firmanın çalıştıracağı işçi sayısı mikroiktisadın konusudur. **Fırsat maliyeti, Arz ve Talep, Elastikiyet** gibi konular Mikroekonominin başlıca inceleme konuları arasındadır.

Makroekonomi

Ekonomi biliminin, toplam tüketim, toplam üretim, toplam tasarruf, toplam yatırım, toplam gelir (milli gelir) ve istihdam gibi toplam büyüklüklerini inceleyen ve bunlar ile ilgili çözümleme ve çıkarımlar yapan alt dalıdır. Makroekonominin ana konuları:

- İşsizlik,
- Enflasyon,
- Toplam üretim ve tüketim,
- Gelir dağılımı
- Dış Denge

Makroekonomi

Mikroekonomiden farklı olarak, Makroekonomi ekonomiyi bir bütün olarak ele alarak, **makro denge** çözümlemeleri üzerinde çalışır. Ulusal gelir, işsizlik, enflasyon, toplam harcamalar, toplam yatımlar, dış açık, dış borçlar vs. Makroekonominin başlıca inceleme konuları arasındadır.

Üretim Olanakları Eğrisi

- Üretim olanakları eğrisi kaynakların ne derecede tam ve etkin olarak kullanıp kullanılmadığını gösteren bir eğridir.
- Üretim olanakları eğrisi (ÜOE): Kaynakların tam olarak kullanılması durumunda üretilebilecek mal ve hizmetlerin **maksimum** miktarını gösterir.

Üretim Olanakları Eğrisi

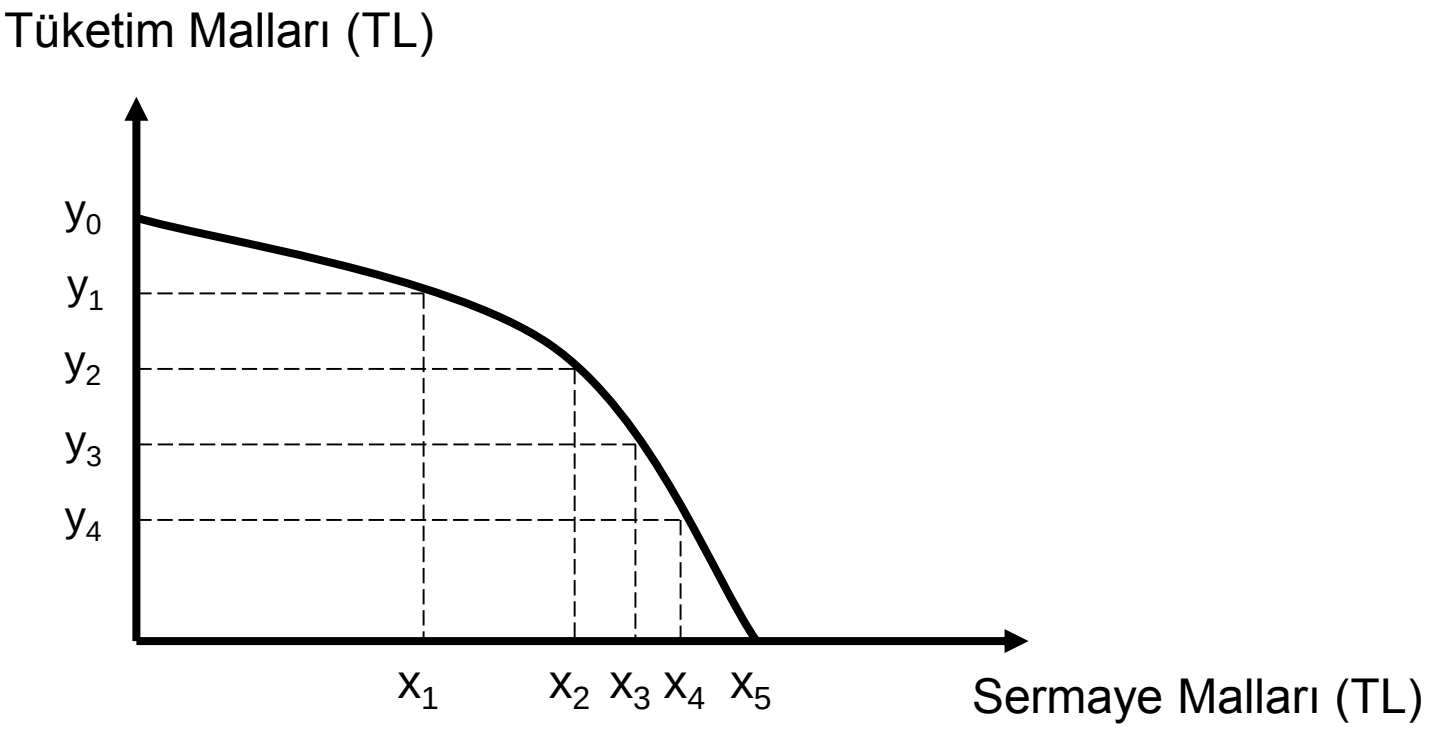
- **Üretim faktörleri:** Mal ve hizmetleri elde etmek için kullanılan kaynaklar
  - Emek: İnsanların mal ve hizmet üretiminde sarf ettikleri bedensel ve zihinsel güç
  - Doğal kaynaklar: Yer altı ve yer üstündeki doğanın insanlara sağladığı olanaklar
  - Sermaye: Üretimde kullanılan ve emeğin verimini arttıran mallar (örneğin makineler, teçhizat, binalar, yarı mamuller vb.)
  - Girişimcilik: Emeği, doğal kaynakları ve sermayeyi organize ederek mal ve hizmetlerin üretiminin sağlanması

Üretim Olanakları Eğrisi

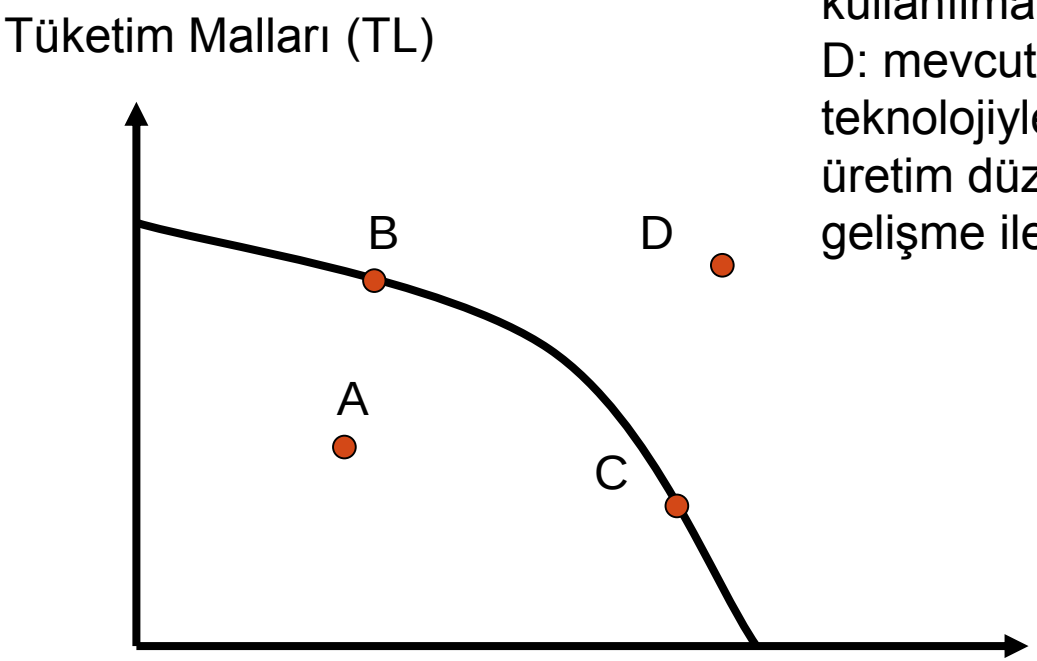
Ürettim olanakları eğrisini çizmek için malları genel olarak iki sınıfta toplayabiliriz:

1. Tüketim malları: En son kullanıcının ihtiyacını karşılayan mallara denir. (Buzdolabı, çamaşır makinesi, ekmek,vb.)
2. Sermaye Malları: Tüketim mallarının üretiminde kullanılan mallara denir. (Dokuma tezgahı, fırın, torna tezgahı, traktör, fabrika binası vb.)

Üretim Olanakları Eğrisi

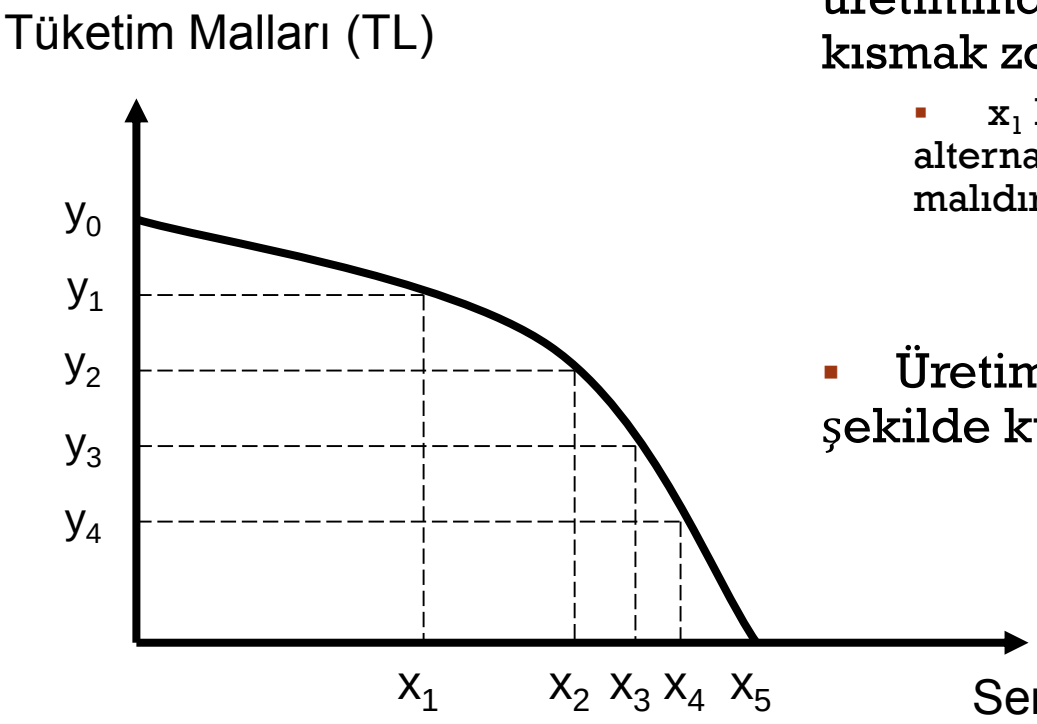


Üretim Olanakları Eğrisi



A: Kıt kaynakların bütünü kullanılmamaktadır. İşsizlik.
D: mevcut üretim faktörleri ve teknolojiyle ulaşılması olanaksız olan üretim düzeyi. Dış kaynak/ekonomik gelişme ile ulaşılabilir.

Üretim Olanakları Eğrisi



- Artan fırsat maliyeti kanunu: Bir malın üretimi birer birim artırılırken diğer bir malın üretiminden gittikçe daha fazla kısmak zorunda kalınır.
  - x_1 kadar sermaye malı üretmenin alternatif maliyeti y_1y_0 kadar tüketim malıdır.
- Üretim faktörlerinin etkin bir şekilde kullanılması gerekir

Fırsat Maliyeti (Opportunity Cost)

- Kaynaklar (emek, sermaye, toprak) kısıtlı olduğundan dolayı her ülke istediği mal ve hizmetleri istediği kadar üretemez.
- Ya da harcayacağımız bütçe sınırlı olduğu için her istediğimiz ürün ve hizmeti istediğimiz miktarlarda tüketemeyiz.
- Neyi, ne kadar üreteceğimiz (tüketeceğimiz) kararını verirken kullanılan kavramdır
- Bir maldan bir birim daha fazla tüketmek (ya da üretmek) için diğer maldan ne kadar az tüketeceğimizi (ya da üreteceğimizi) anlatır.

- Kısaca, **Fırsat Maliyeti**, herhangi bir malın üretimini bir birim artırmak için başka bir maldan vazgeçilmesi, feragatta bulunulması gereken mal ve/veya kazanç miktarıdır. Başka bir deyişle iktisadi bir seçim yapılırken vazgeçilmek zorunda kalınan ikinci en iyi alternatiftir.

- *Fırsat maliyeti sadece üretim ile ilgili bir kavram değildir.*

➢ Üretici açısından: "Üretim kararlarında Fırsat Maliyeti",

➢ Tüketici açısından: "Tüketim kararlarında Fırsat Maliyeti",

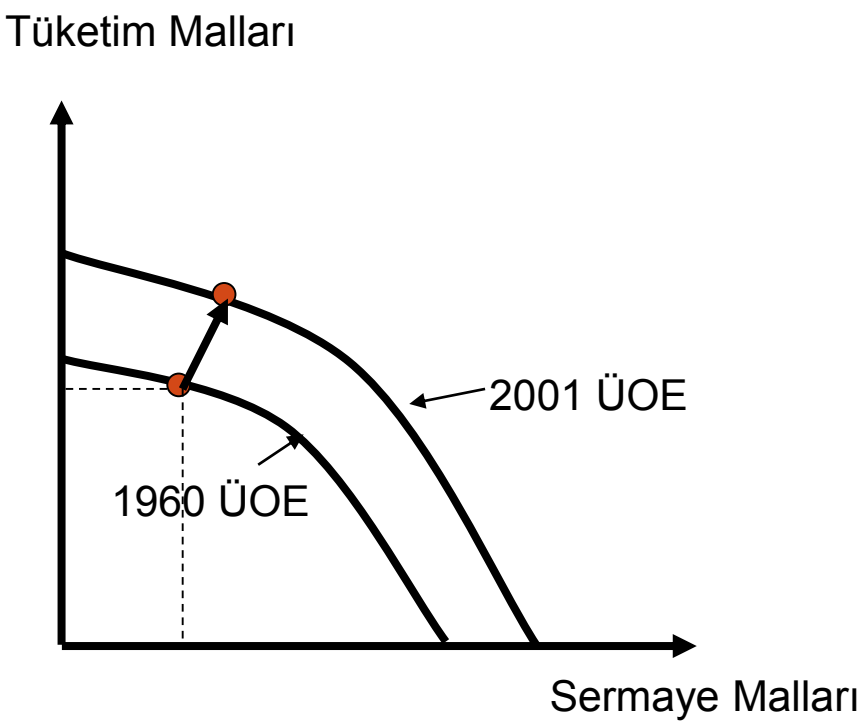
➢ Devlet açısından: "Kamu harcamalarında Fırsat Maliyeti", söz konusudur.

Üretim Olanakları Eğrisi ve Ekonomik Büyüme

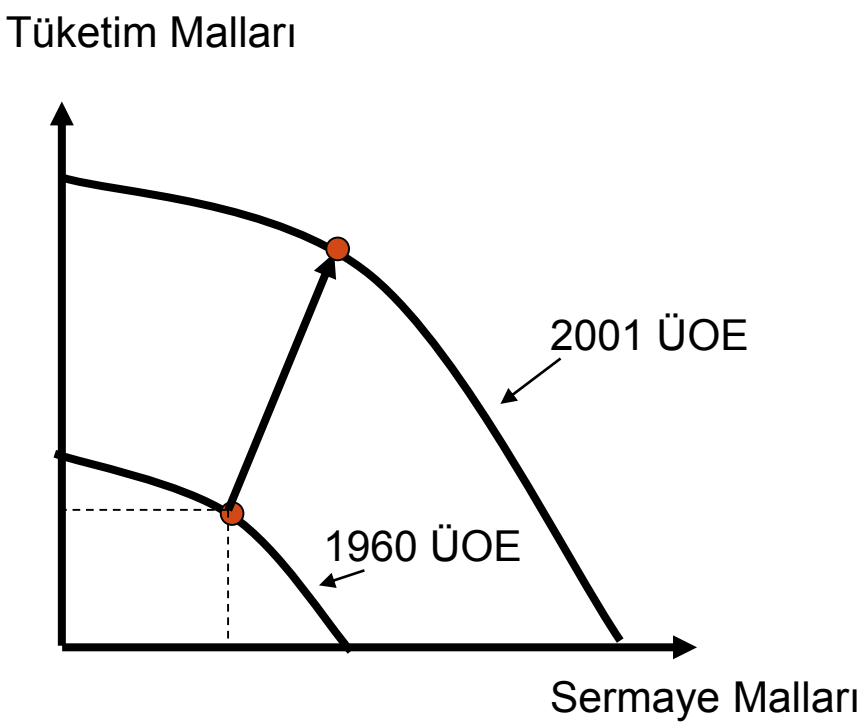
- Zaman içerisinde üretim faktörlerindeki artışa ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak üretim kapasitesi artar, yani ekonomide büyüme meydana gelir.
- Ekonomide büyümeyi arttırmak için hangi mal ve hizmetlerden daha fazla üretilmelidir?

Üretim Olanakları Eğrisi ve Ekonomik Büyüme

Türkiye



G. Kore



Ekonomik Sistemler

- Gelenekçi sistemler
  - Sanayi devrimine kadar olan sistemler
- Serbest piyasa ekonomisi (Kapitalist sistem)
- Merkezi plan ekonomisi (Sosyalist sistem)
- Karma ekonomik sistem

TALEP VE TALEP FONKSİYONU

- Bütün toplumların cevap aradığı hangi mallar, nasıl ve kimler için üretilecek sorularının cevabını piyasa ekonomilerinde fiyat teorisi ile açıklar. Piyasa ekonomisinin işleyişi fiyat mekanizmasına bağlıdır. Fiyat mekanizması, piyasadaki fiyatların doğrudan bir müdahale olmaksızın arz ve talebe göre belirlenmesidir. Piyasa ekonomilerinde üretim ve tüketim faaliyetleri hiçbir müdahale olmaksızın fiyat mekanizmasına bağlı olarak gerçekleşir.
- Mikro iktisat, fiyat mekanizmasının nasıl işlediğini açıklamaya çalışır. Bu bölümde piyasa mekanizmasının işleyişini açıklamak için temel kavramlar ve talep, talep fonksiyonu, talebi etkileyen faktörler ele alınacaktır.

İktisadi Değer ve Fiyat

Mal ve hizmetlerin iki tür değeri vardır. Bunlar;

1. Kullanım değeri

2. Değişim değeridir

- Kullanım değeri sübjektiftir. Mala veya kişiye göre değişebilir. Örneğin spor ayakkabısının kullanım değeri bir sporcu için farklıdır normal vatandaş için farklıdır. Aynı şekilde bir silginin bir öğrenci için kullanım değeri daha fazladır.
- Değişim değeri ise bir mal veya hizmet karşılığında elde edilebilecek başka bir mal ya da hizmetin miktarını ifade eder. Örnek bir teneke buğday(16 kg)= bir paket çay(1 kg)

- Günümüz ekonomilerinde malların değişim değeri daha çok para ile ifade edilir ve bu ifade fiyat olarak adlandırılır. O halde fiyat bir mal veya hizmetin elde edilebilmesi için gerekli olan para miktarı, ya da ödenmeye hazır olunan bedeldir. Bu aynı zamanda malın mutlak fiyatı olarak da adlandırılır. Birde nispi fiyat vardır ki bu da bir malın diğer mallara göre fiyatıdır. Örneğin elmanın kilosu 1 TL, muzun ise 3 TL olsun bu durumda muzun nispi fiyatı 3/1 elma.

Talep:

- Piyasa kurallarına göre işleyen bir ekonomide fiyatlar arz ve talebe göre belirlenir. Tüketiciler piyasanın talep yönünü üreticiler ise arz yönünü oluşturur. Üretim ve tüketim kararları birbirinden bağımsız değildir. Bu değişkenler birbirlerini etkilemektedir. Bunların yanında üretim ve tüketim kararlarını etkileyen birçok değişken söz konusudur.

- Konuşma dilinde talep istek arzu demektir. Ancak her istek ekonomik anlamda talep olmayabilir. Bir isteğin ekonomik anlamda talep olabilmesi için bu isteğin satın alma gücüyle destekleniyor olması gerekir.
- Belirli bir dönemde, belirli bir maldan parayla desteklenmiş satın alma arzusuna talep denir.

- İktisadi anlamda talep kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için iki talep kavramının açıklanması gerekir.
- Belirli bir fiyattan talep; Belirli bir piyasada belirli bir anda belirli bir fiyattan satın alınmak istenen mal ya da hizmet miktarına belirli bir fiyattan talep denir. Örneğin Safranbolu perşembe pazarında kg 0,5 TL den 5 ton karpuz satılıyor ifadesi belirli bir fiyattan taleptir.
- Çizelge anlamında talep; Belirli bir piyasada belirli bir anda diğer faktörler sabitken tüketicinin o malın çeşitli fiyatlarından ne kadar satın almak istediğini ifade eder.

Örnek: Emre'in çeşitli fiyatlardan satın aldığı CD miktarları aşağıdaki gibi olsun.

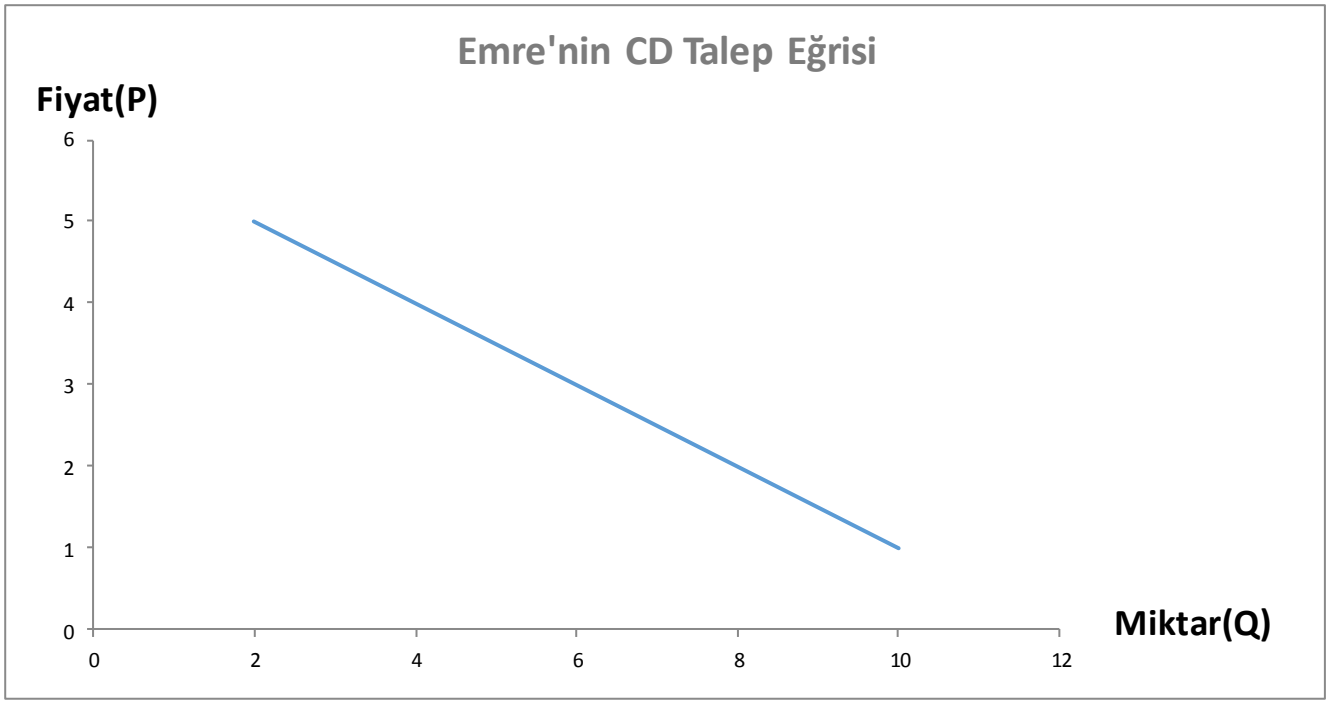
Seçenek	Fiyat(P) TL	Miktar (Q) Adet
a	1	10
b	2	8
c	3	6
d	4	4
e	5	2

Emre'in CD Talep Çizelgesi

- Çizelgede dikkati çeken CD fiyatları yükseldikçe satın alınan CD miktarı azalmaktadır. Fiyat ile miktar arasında ters yönlü bir ilişki vardır. CD'nin fiyatı ile talep edilen miktar arasındaki bu ters yönlü ilişki (bazı istisnalar hariç*) bütün mallar için geçerlidir ve buna "Talep Kanunu" denilmektedir. Yani bir malın fiyatı yükseldikçe talep edilen miktar azalır, malın fiyatı düştükçe talep edilen miktar artar.

  *Bu istisnalar fakir mallar (Giffen mallar) ve Snoplardır

Emre’nin CD talep çizelgesi bir diyagram üzerine taşınarak CD talep eğrisi elde edilebilir.



- Talep eğrisi, malın fiyatı ile talep edilen miktar arasındaki ilişkiyi gösteren negatif eğimli bir eğridir. Eğrinin negatif olmasının sebebi fiyat ile miktar arasındaki ters yönlü ilişkidir(talep kanunu).

- Fiyatlardaki değişmenin talepte neden olacağı değişme her mal için aynı olmayacağından talep eğrisinin eğimi de maldan mala farklılık gösterir. Hem çiziminde hem de anlaşılmasında kolaylık sağlaması açısından doğrusal biçimde çizilen talep eğrisi gerçekte orijine dışbükey bir eğri konumundadır.

Piyasa Talep Eğrisi

- Bir malın tek bir alıcısı yoktur, binlerce alıcısı vardır. İşte bir malın satıcısı tek alıcının değil diğer tüm alıcıların davranışları doğrultusunda kararlar verir. İktisadi analizlerde piyasa talep eğrisi dikkate alınır. Piyasa talebi, belirli bir mala karşı olan tüm bireysel taleplerin toplamıdır.

Talep Fonksiyonu ve Talebi Etkileyen Diğer Faktörler

Talep tanımdan da anlaşılacağı üzere, bir maldan satın alınmak istenen miktarın o malın fiyatına bağlı olduğu diğer faktörlerin ise sabit olduğu varsayılmıştır. Oysaki söz konusu malın fiyatı dışında talebini etkileyen başka faktörlerde vardır.

Talep edilen miktar ile bu faktörler arasındaki ilişki matematiksel olarak ifade edilirse talep fonksiyonu;

$Q_{tx} = f(P_x, P_i, P_t, G, T, B, N)$ şeklinde yazılabilir.

Q_{tx} : X malından talep edilen miktar,

P_x :X malının fiyatı

P_i :İkame malın fiyatı

P_t :Tamamlayıcı malın fiyatı

G :Tüketicinin geliri

T :Zevk ve tercihler

B :Geleceğe yönelik beklentiler

Talep miktarındaki değişmeler bu faktörlerin değişmesine bağlı olarak ortaya çıkar. Bütün faktörlerdeki değişmeler aynı anda ortaya çıkması durumunda her bir faktörün talep edilen miktar üzerindeki etkisi tam olarak ayırt edilemeyeceği için ilgili faktörün dışındaki diğer faktörlerin sabit tutulması gerekir.

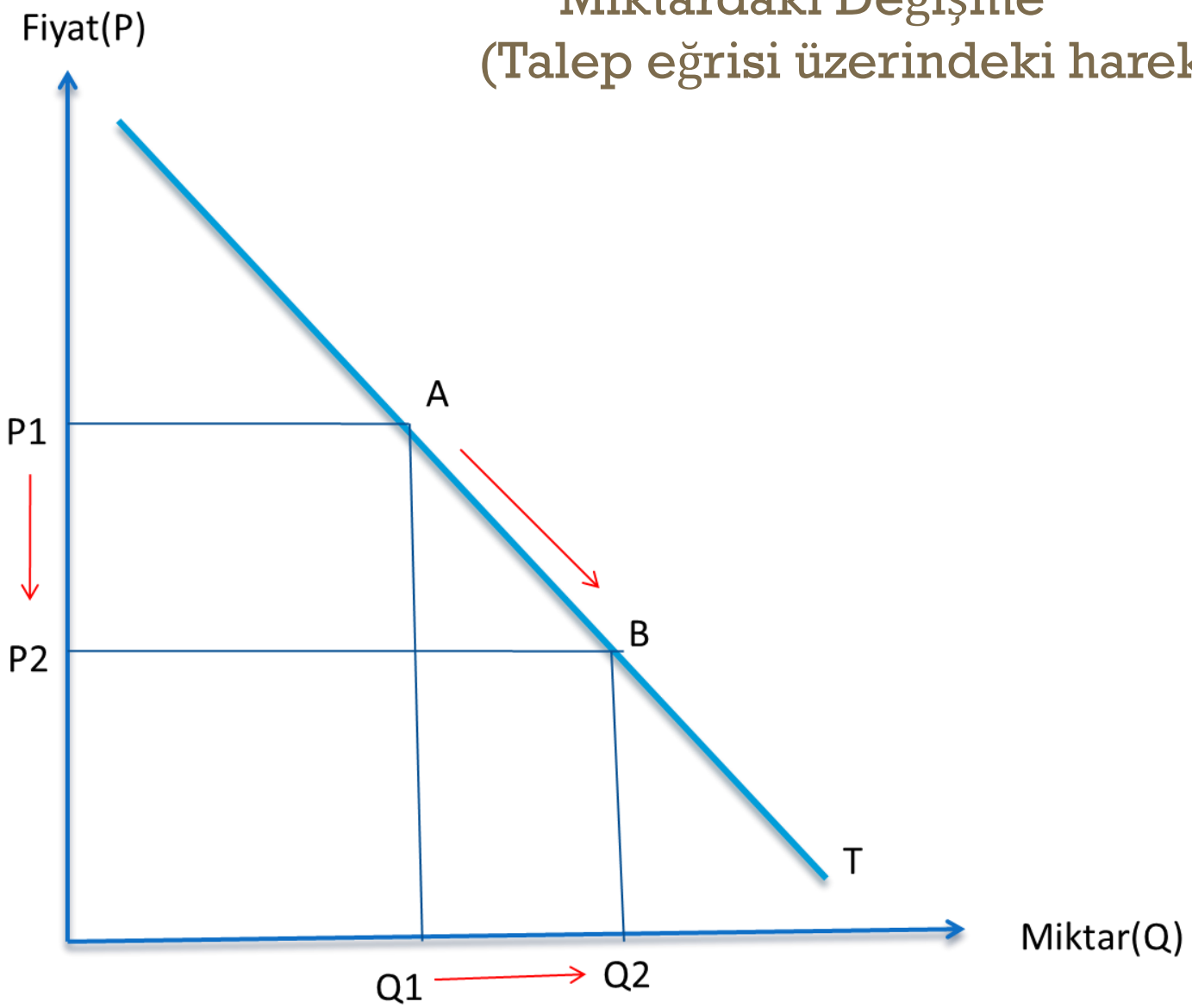
Örneğin; $Q_{tx} = f(P_x)$ Ceteris paribus denildiğinde malın fiyatı dışında diğer faktörlerin sabit olduğu ve fiyat değişmelerinden talebin nasıl etkilediği anlaşılmalıdır.

- **Ceteris paribus:** diğer şeyler sabit iken demektir.

Talep Edilen Miktardaki Değişme, Talepteki Değişme

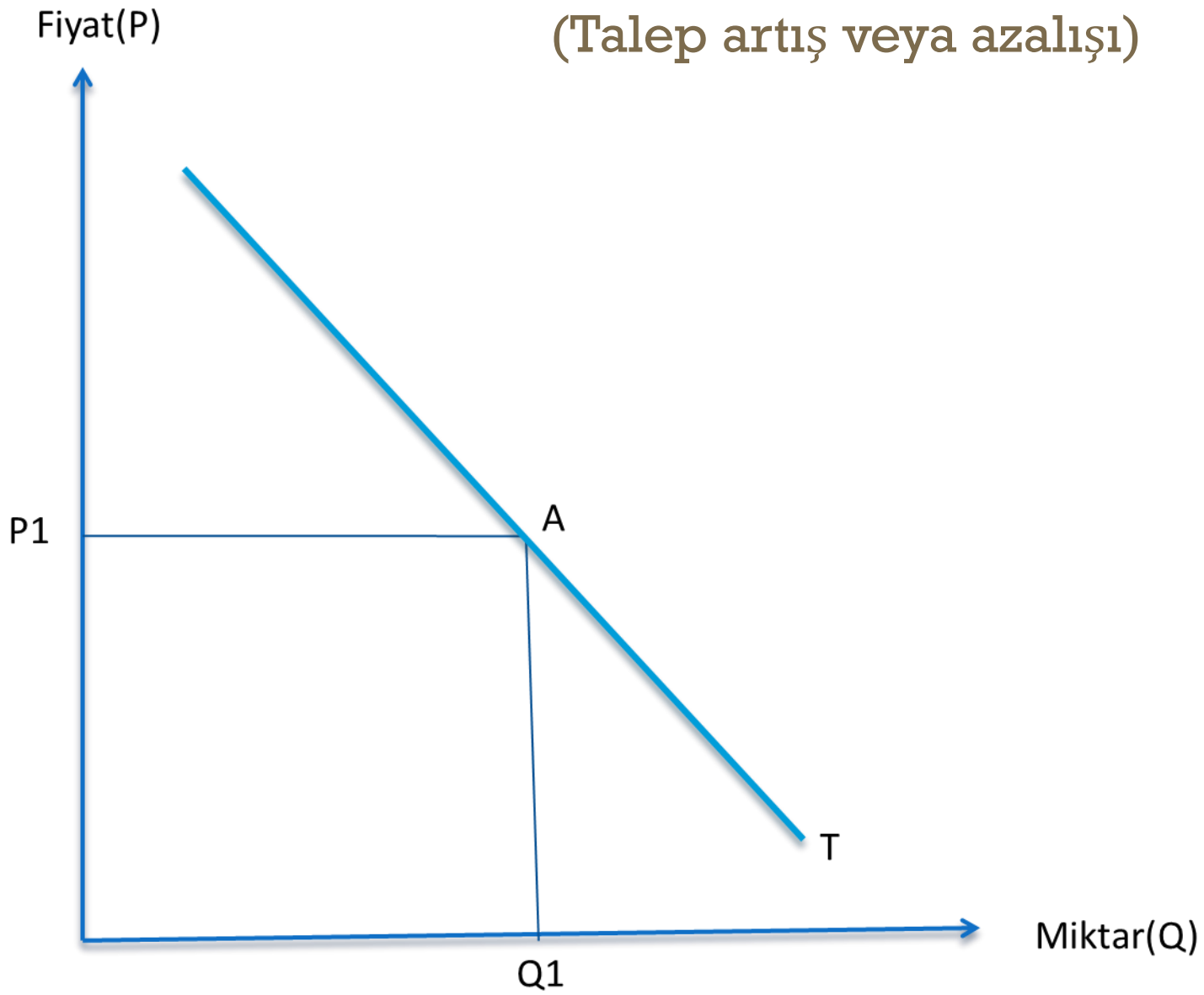
- Talep arttı yada azaldı ifadesiyle talep edilen miktar arttı yada azaldı ifadeleri çoğu zaman birbirine karıştırılır. Oysaki bu ifadelerin karıştırılmaması gerekir.
- Talep edilen miktar arttı veya azaldı denildiğinde malın fiyatına bağlı olarak, talep eğrisi üzerinde hareket edildiği yani bir fiyat miktar bileşiminden başka bir fiyat miktar bileşimine geçildiği kastedilmektedir.

Miktardaki Değişme
(Talep eğrisi üzerindeki hareket)

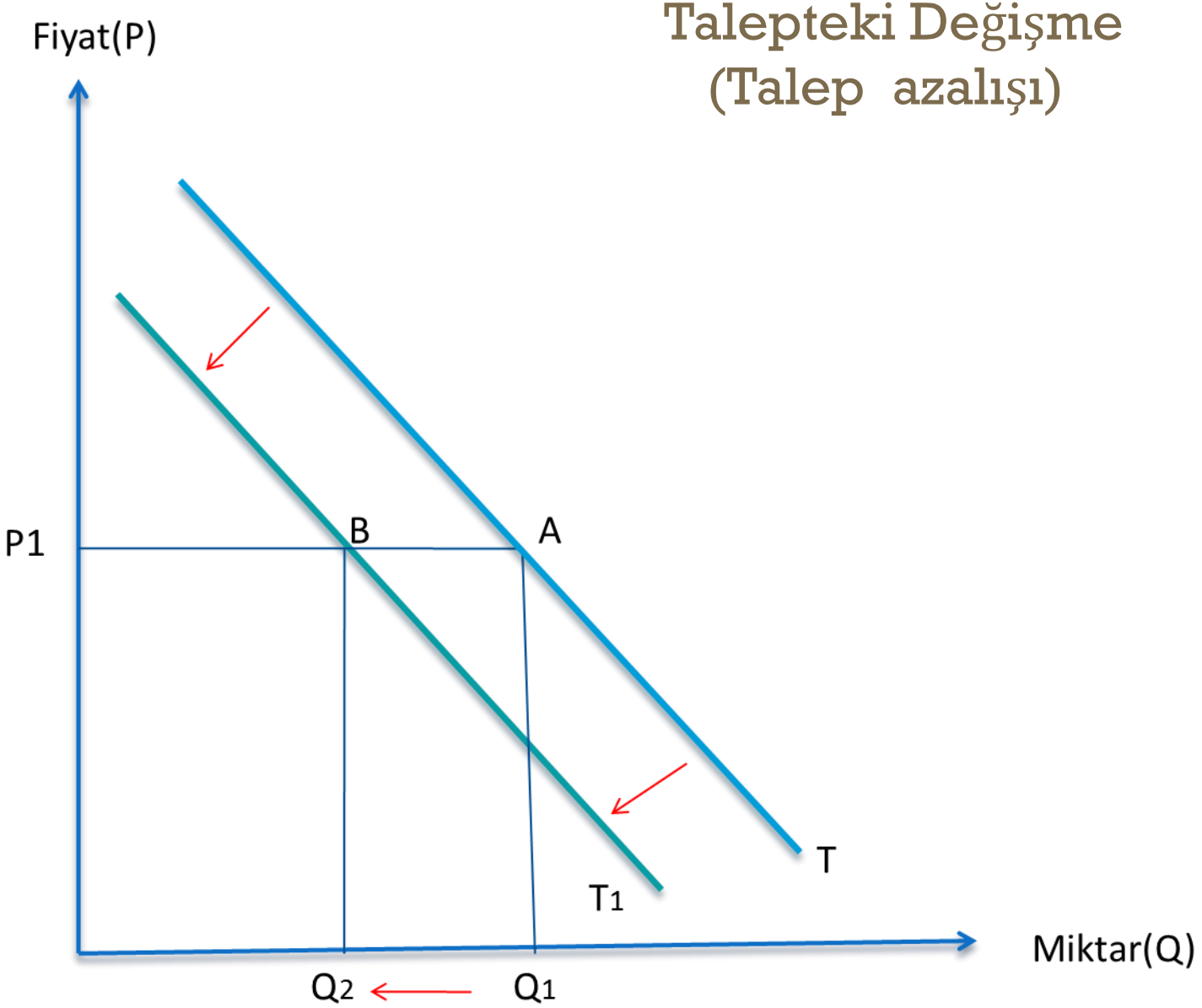


- Oysa ki talep arttı yada azaldı denildiğinde fiyat dışında talebi etkileyen ve sabit kabul edilen diğer faktörlerde ortaya çıkacak bir değişme ile talep eğrisinin yer değiştirmesi yani bir bütün olarak sağa veya sola kaymasını ifade eder. Bu nedenle bu faktörlere talep kaydırıcı faktörler de denir.

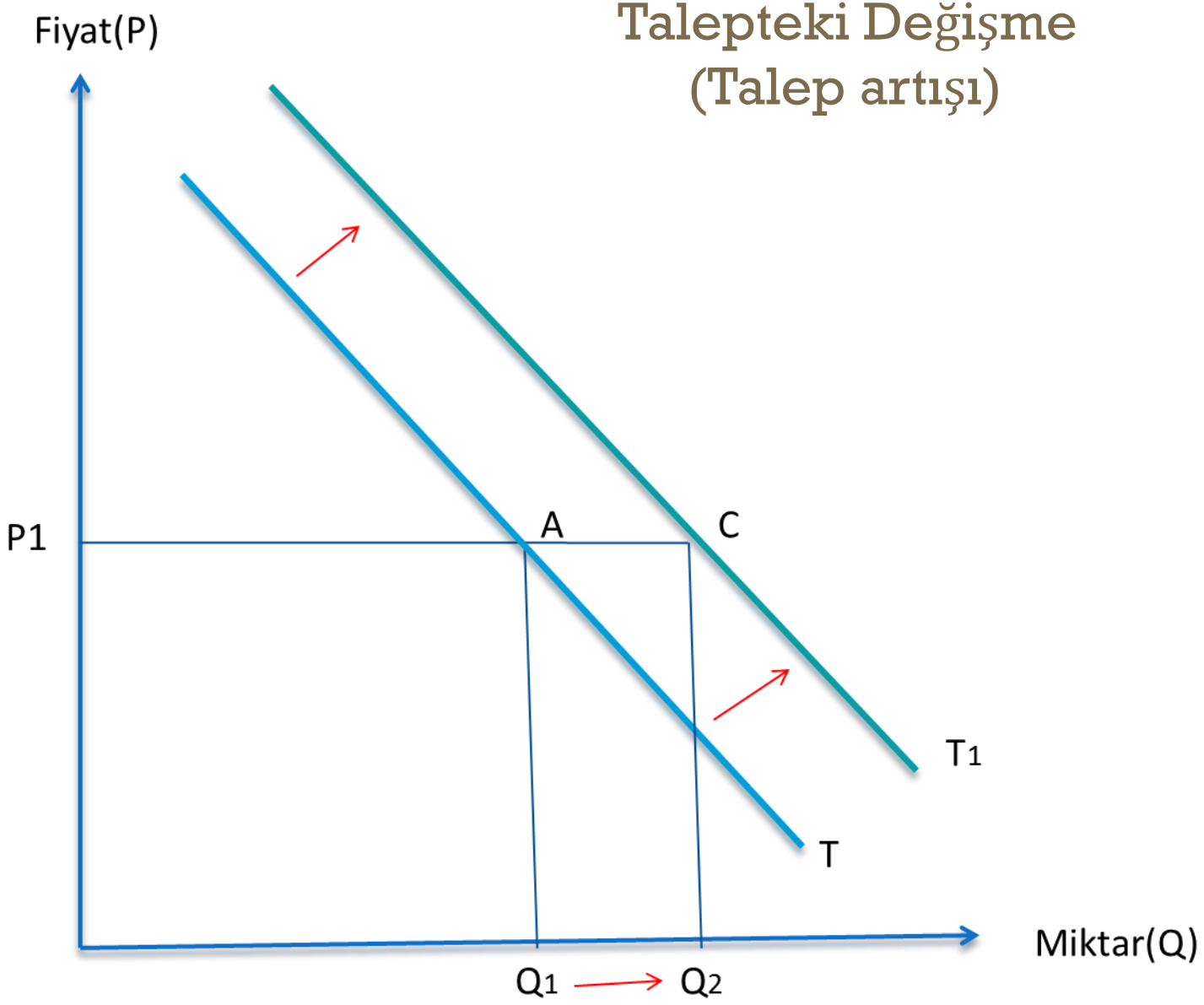
Talepteki Değişme
(Talep artış veya azalışı)



Talepteki Değişme (Talep azalışı)



Talepteki Değişme (Talep artışı)



Talepteki Değişmeye Neden Olan Faktörler

- ✓Tüketicinin geliri:
- ✓İkame (rakip)malların fiyatları
- ✓Tamamlayıcı malların fiyatları
- ✓Tüketicinin zevk ve tercihleri
- ✓Gelecekteki fiyat ve gelir düzeyine ilişkin beklentiler:
- ✓Tüketici sayısının artması(Nüfus):
- ✓Bankalardan kredi almanın kolaylaşması

ARZ VE ARZ FONKSİYONU

Piyasanın iki yönü vardır. Talep yönü ve arz yönü. Bu bölümde piyasa mekanizmasının işleyişini açıklayabilmek için piyasanın üretim yani arz yönü incelenecektir.

- Arz
- Arz fonksiyonu
- Arzı etkileyen faktörler

- Daha önce de belirtildiği gibi piyasasının iki yönü vardı. Tüketiciler piyasanın talep yönünü üreticiler ise arz yönünü oluşturmaktadır.
- Piyasadaki satıcı davranışlarına arz denir. Bu davranışlar, satıcının belli bir zaman süreci içinde elinde bulundurduğu maldan değişik koşullarda satmaya razı olduğu durumdur.
- Belirli bir piyasada belirli bir fiyattan satılmak üzere piyasaya sunulan mal yada hizmet miktarına belirli bir fiyatta arz denir. Ulusal piyasada buğdayın kg. 50 Kuruş iken yıllık buğday arzı 500000 ton'dur ifadesi belirli bir fiyattan arzı temsil eder.
- Çizelge anlamında arz ise belirli bir dönemde diğer faktörler değişmemek kaydıyla (ceteris paribus) çeşitli fiyatlardan satıcıların piyasaya satmak üzere sundukları mal miktarıdır.

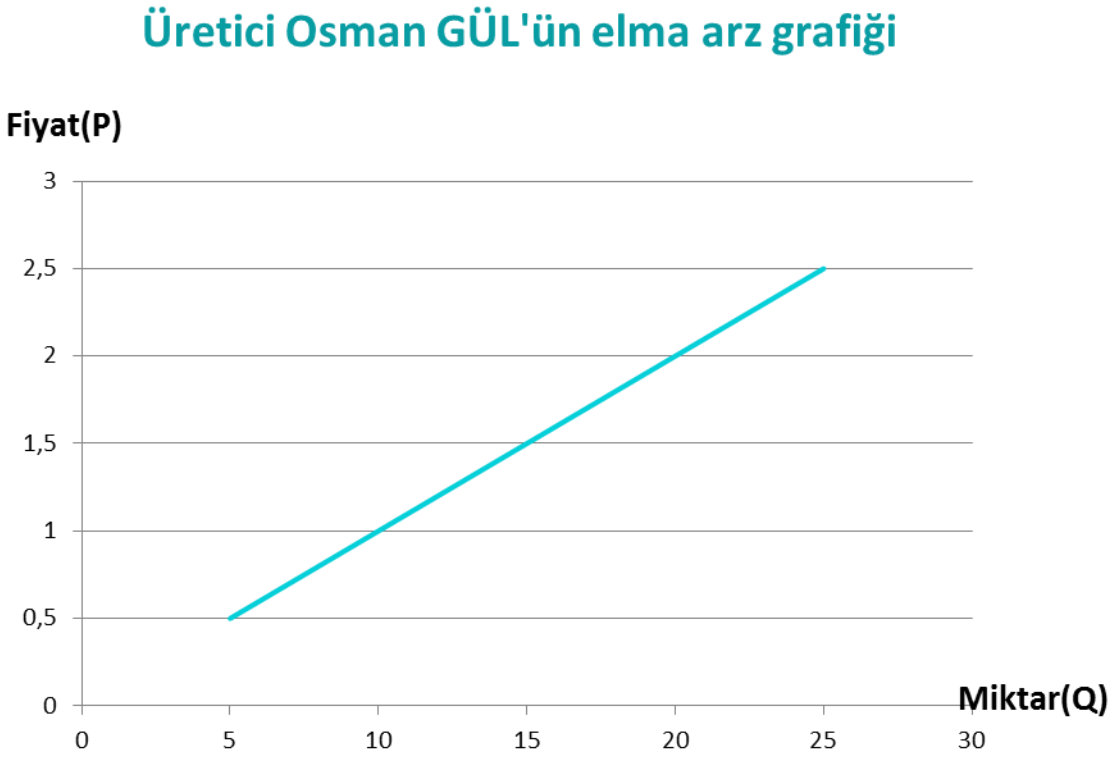
Örnek: Üretici Osman GÜL'ün çeşitli fiyatlardan yıllık elma arz çizelgesi aşağıdaki gibi olsun.

Seçenek	Fiyat(P) TL	Miktar (Q) ton
a	0,5	5
b	1	10
c	1,5	15
d	2	20
e	2,5	25

Üretici Osman'ın yıllık elma arzı çizelgesi

Çizelgede dikkati çeken elma fiyatları yükseldikçe üretilen(satmak) istenen elma miktarı artmaktadır. Fiyat ile miktar arasında doğru yönlü bir ilişki vardır.Elmanın fiyatı ile arz edilen miktar arasındaki bu doğru yönlü ilişki bütün mallar için geçerlidir ve buna "Arz Kanunu" denilmektedir. Yani bir malın fiyatı yükseldikçe arz edilen miktar artar, malın fiyatı düştükçe arz edilen miktar azalır.

Bu üreticinin elma arz çizelgesi bir diyagram üzerine taşınarak elma arz eğrisi elde edilebilir.



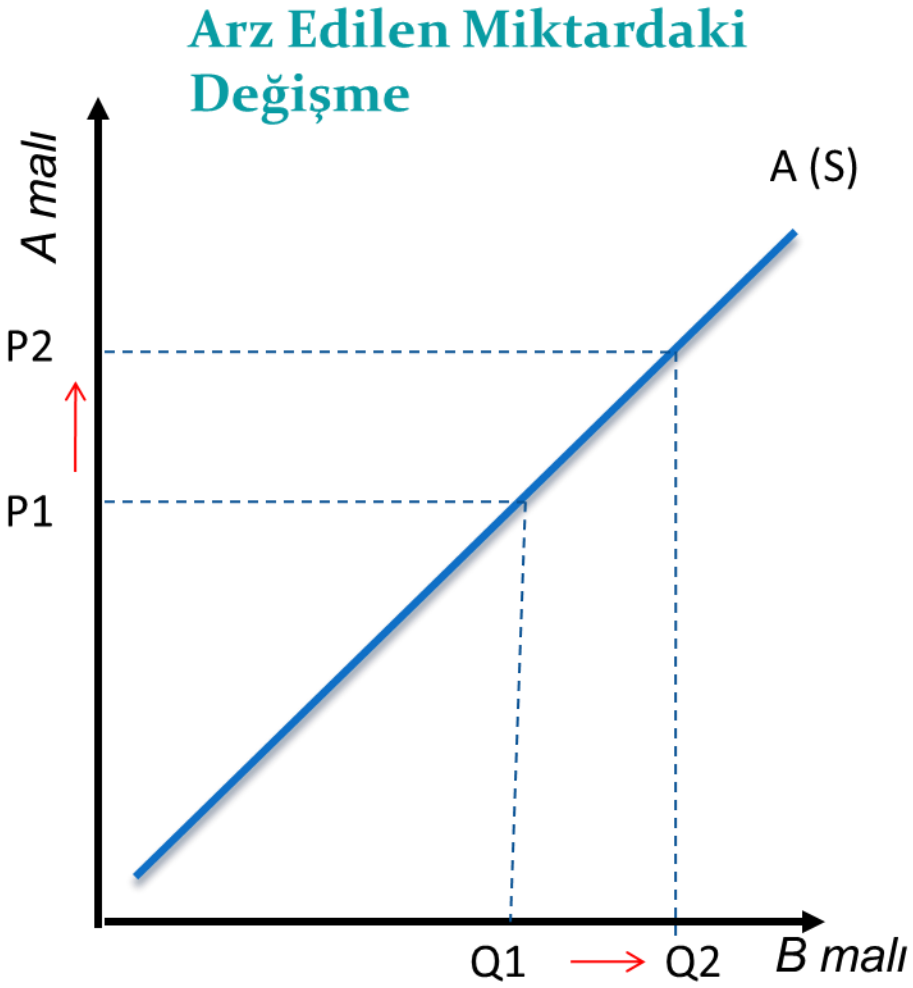
- Arz eğrisi, malın fiyatı ile arz edilen miktar arasındaki ilişkiyi gösteren pozitif eğimli bir eğridir. Eğrinin pozitif olmasının sebebi fiyat ile miktar arasındaki doğru yönlü ilişkidir(Arz kanunu). Yani arz fiyatın artan fonksiyonudur.
- Arz eğrisinin eğimi her zaman pozitif olmadığı istisnai durumlarda vardır. Bazen bir malın fiyatı yükselse bile arz edilen miktar azalır. Bu tür arz eğrilerine tersine dönen arz eğrisi denir. Örneğin kırsal kesimlerde geçimlik olarak üretilen tarım ürün arzı, ile emek arzı. Arz eğrisini de talepte olduğu gibi doğrusal varsaydık gerçekte orijine dışbükey bir eğri konumundadır.
- **Piyasa Arz Eğrisi:** Aynı üretim dalında faaliyet gösteren firmalar topluluğuna endüstri ya da piyasa denir. Aynı malı üreten firmaların arzları toplamı da piyasa arzı olarak adlandırılır.

Arz Fonksiyonu

- Arz tanımında, bir maldan arz edilen miktarın o malın fiyatına bağlı olduğu diğer faktörlerin ise sabit olduğu varsayılmıştır. Oysaki söz konusu malın fiyatı dışında arzını etkileyen başka faktörlerde vardır.
- Arz fonksiyonu;
- $Q_{ax} = f(P_x, P_d, P_{üf}, , T, B, ..)$ şeklinde yazılabilir.
- Q_{ax} :X malından arz edilen miktar,
- P_x :X malının fiyatı
- P_i :Diğer malların fiyatları
- $P_{üf}$:Üretim faktörlerinin fiyatı
- T :Teknolojik gelişmeler
- B :Gelecek hakkındaki beklentiler

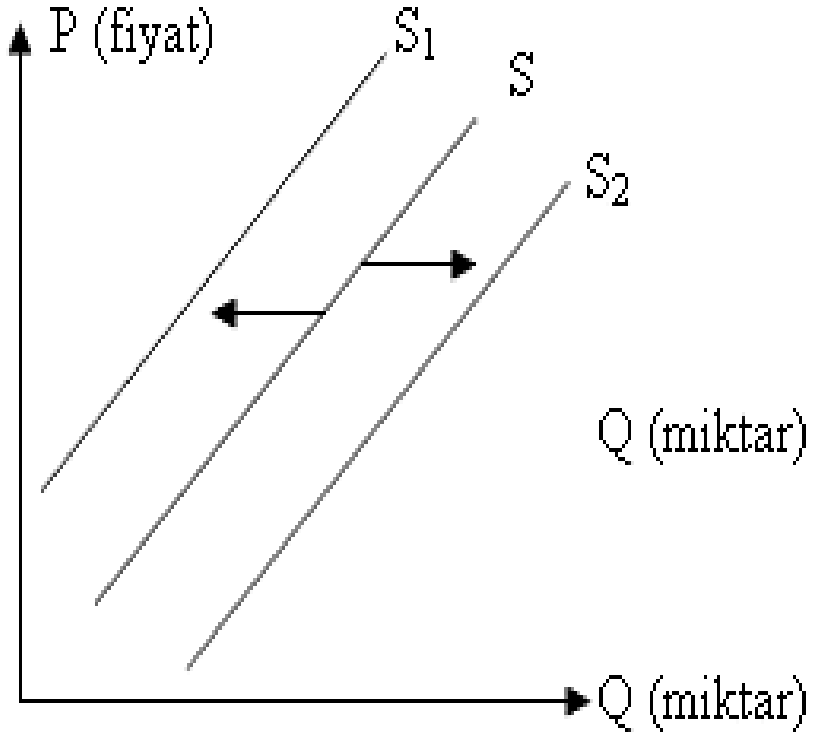
ARZ EDİLEN MİKTARDAKİ DEĞİŞME VE ARZDAKİ DEĞİŞME

- Talepte olduğu gibi ilgili malın fiyatındaki değişmeler sonucu ortaya çıkar ve arz eğrisi üzerinde harekete neden olur. Şekilde de gösterildiği gibi malın fiyatı P_1 seviyesinde iken arz edilen miktar Q_1 iken malın fiyatı P_2 seviyesine yükseldiğinde arz edilen miktar artarak Q_2 seviyesine yükselir.



- Arzdaki değişme (Arz eğrisinde kayma) ise malın fiyatı aynı kalmakla birlikte arzı etkileyen diğer faktörlerin ortaya çıkması sonucu arz eğrisinin tamamen yer değiştirerek sağa veya sola kaymasıdır. Arzda artış olması durumunda eğri sağa, azalış olması durumunda eğri sola kayar

Arzdaki Değişme



Arzdaki Değişmeye Neden Olan Diğer Faktörler

- ✓Kullanılan girdilerin fiyatı (üretim maliyetleri)
- ✓Teknoloji ve verimlilik
- ✓Vergiler ve sübvansiyonlar
- ✓Diğer malların fiyatları
- ✓Üreticilerin beklentileri
- ✓Endüstrideki firmaların sayısının
- ✓Üreticilerin bankalardan kolay kredi alması

PİYASA DENGESİ

Bu bölümde piyasa kavramı, piyasa türleri ve piyasa mekanizmasının işleyişi ve konuları üzerinde durulacaktır.

- Piyasa kavramı
- Piyasa türleri
- Piyasa dengesi

Piyasa Kavramı

- Bir malı satmak isteyenler ile almak isteyenlerin tümü piyasayı oluşturur.
- Genel anlamda piyasa, alıcı ve satıcının mal ve hizmetlerini değiştirmek amacıyla bir araya geldiği yerdir.
- Piyasada alıcı ve satıcı yüz yüze gelebilecekleri gibi hiç karşılaşmadan da alım satım işini gerçekleştirebilirler.
- Mal ve hizmet değişimi bir mağazada, telefonla veya internet aracılığı ile yapılabilir.

Piyasalar çeşitli özelliklerine göre sınıflandırılabilir.

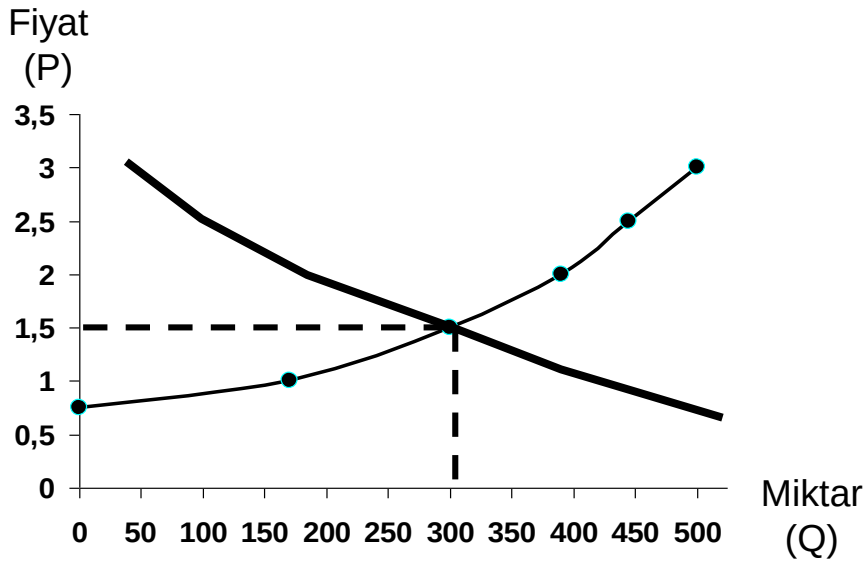
- ✓Coğrafi olarak; yerel piyasalardan uluslararası piyasalara
- ✓Malın tipine göre; tek tip mal satılan, binlerce mal çeşidi satılan piyasalar
- ✓Değişime konu olan mal ve hizmetin türüne göre; mal ve hizmet piyasası, faktör piyasası
- ✓Mal ve hizmet piyasası malların alınıp satıldığı piyasalar, faktör piyasası da üretim faktörlerinin alınıp satıldığı piyasalardır. Emek piyasası, sermaye piyasası
- ✓Rekabetin olup olmamasına göre; tam rekabet piyasası, eksik rekabet piyasası

- Piyasanın alıcı ve satıcı olmak üzere iki tarafı vardır. Alıcılar piyasanın talep yönünü satıcılar ise arz yönünü oluşturur. Buraya kadar arz ve talep konularının çeşitli özelliklerinden bahsedilmiştir. Bir malın, ne sadece arzına ne de talebine bakılarak o malın piyasa fiyatını saptamak mümkün değildir. Yani piyasada ne arz ne de talep tek başına malın fiyatını belirleyemez. Malın fiyatının oluşabilmesi için arz ve talebin kesişmesi gerekir.
- Arz edilen miktar ile talep edilen miktarı birbirine eşitleyen fiyata **piyasa fiyatı** ya da **denge fiyatı** adı verilir. Bu fiyat her iki taraf içinde kabul edilen fiyattır. Satılmak istenen miktar ile satın alınmak istenen miktar da birbirine eşittir buda denge miktarıdır.

PİYASA DENGESİ

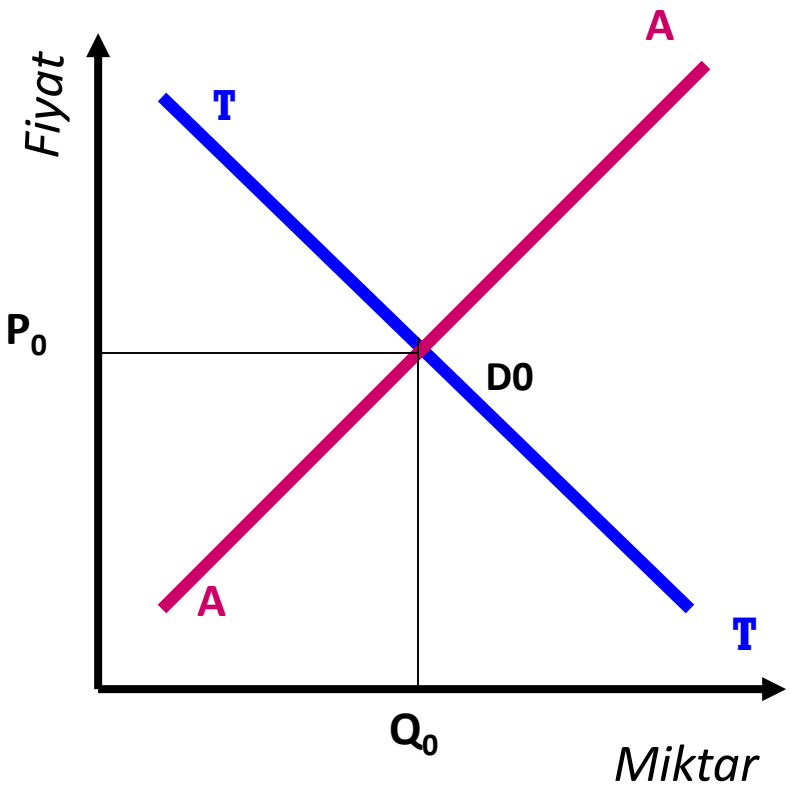
- Talep miktarı ve arz miktarının eşitlendiği noktada piyasa dengeye gelir.

Fiyat	Arz miktarları	Talep Miktarlar
0.75	0	525
1	170	410
1.5	300	300
2	390	180
2.5	445	100
3	500	50



Denge fiyatı = 1,5
Denge miktarı = 300

PİYASA DENGESİNİN OLUŞUMU

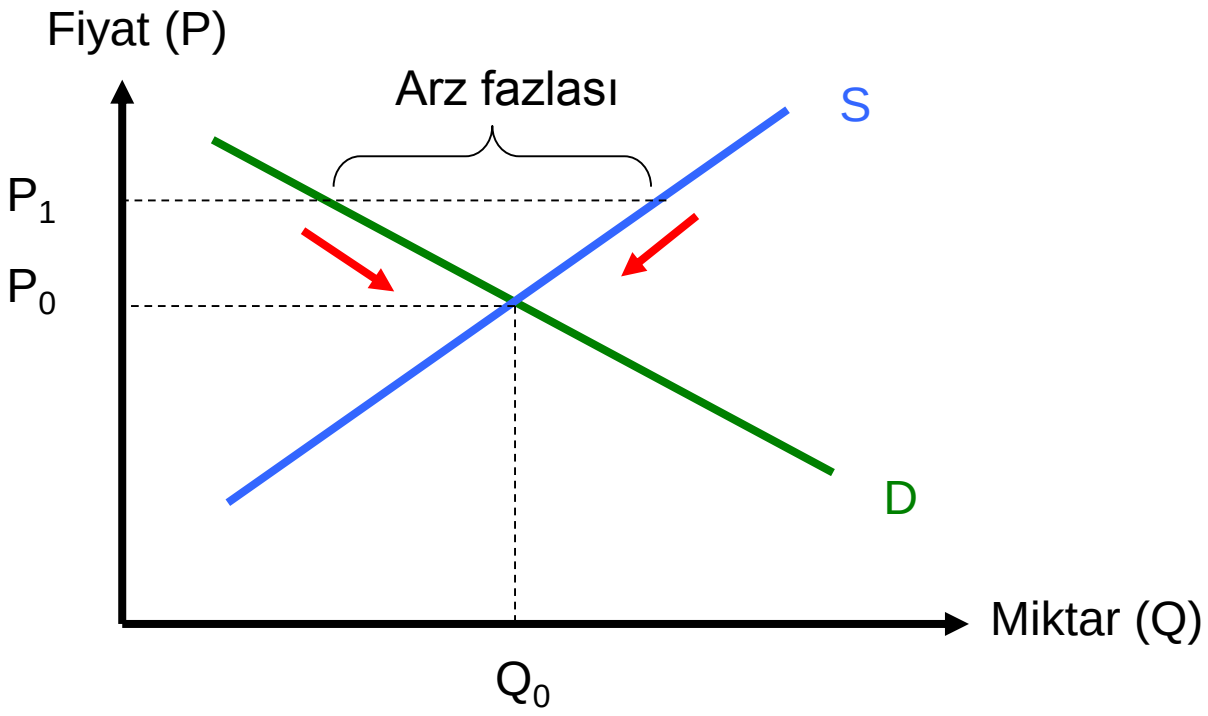


- Piyasa dengesi D_0 da oluşur. Burada arz edilen miktar talep edilen miktara eşittir.

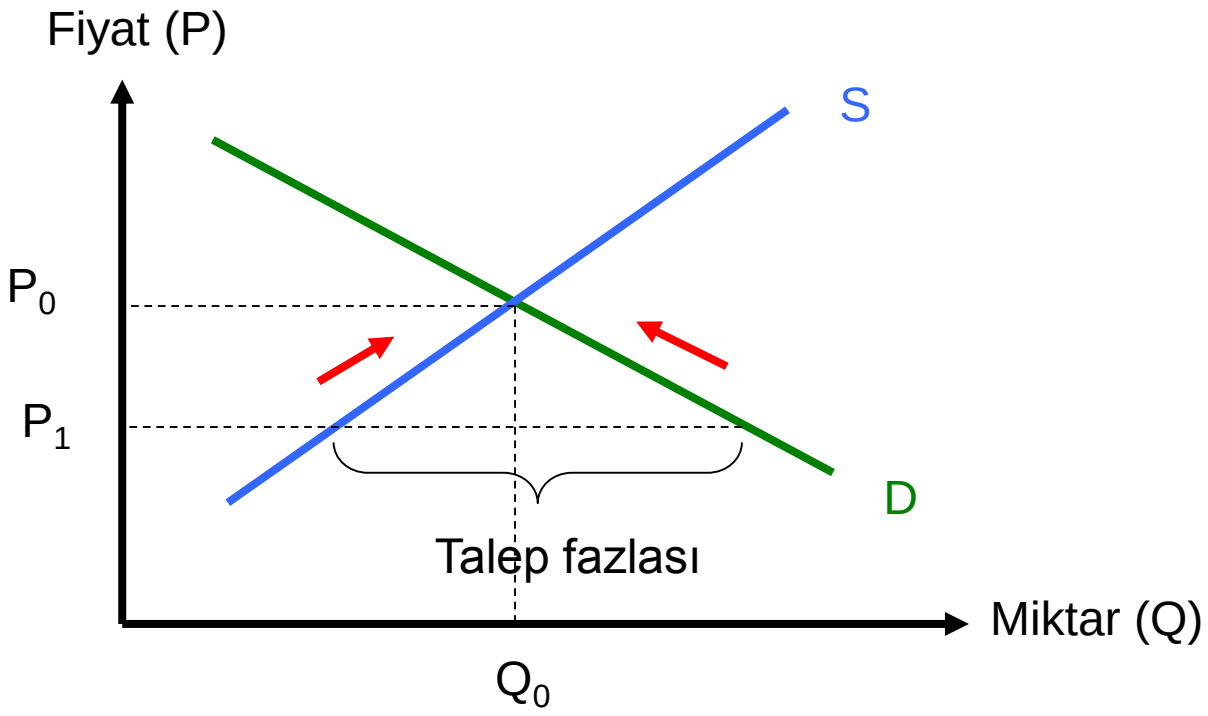
P_0 denge fiyatı Q_0 denge miktarıdır.

Malın arz ve talebinde bir değişiklik olmadığı sürece piyasa fiyatı değişmez.

PİYASA DENGESİ

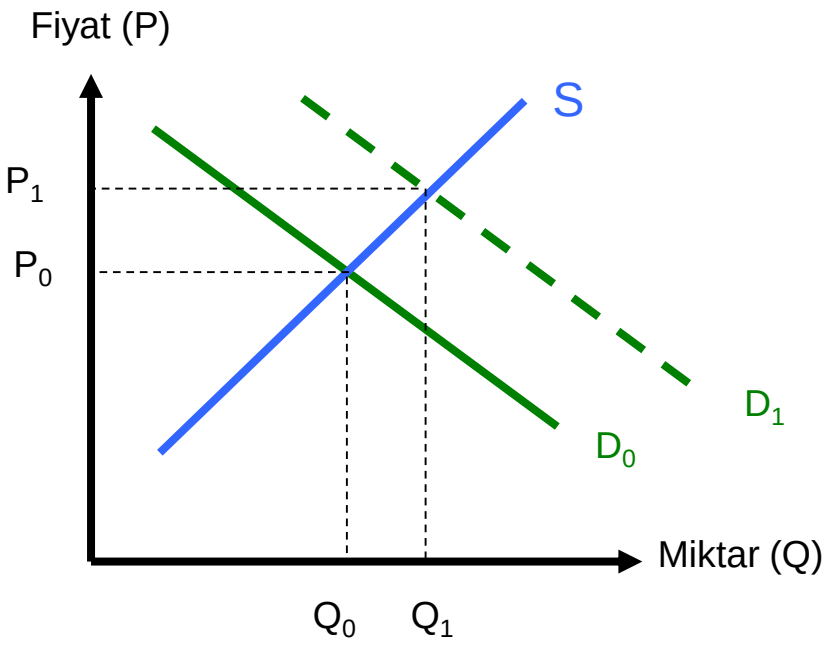


PİYASA DENGESİ

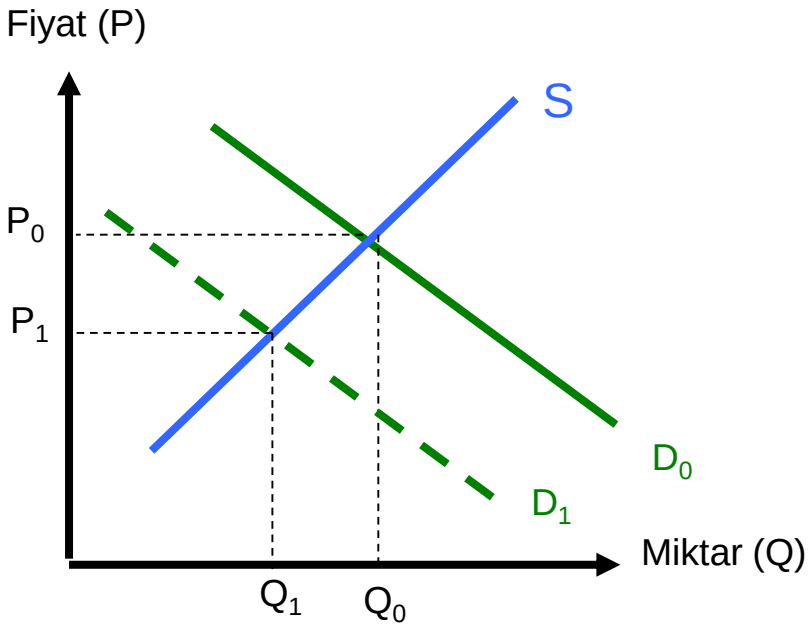


DENGE NOKTASININ DEĞİŞMESİ
TALEBİN DEĞİŞMESİ

Talebin artması

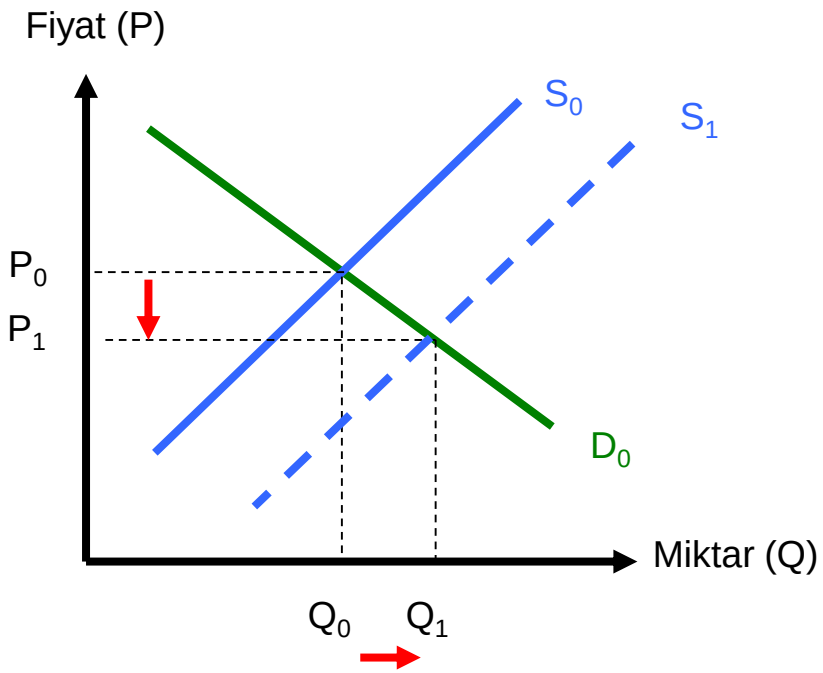


Talebin azalması

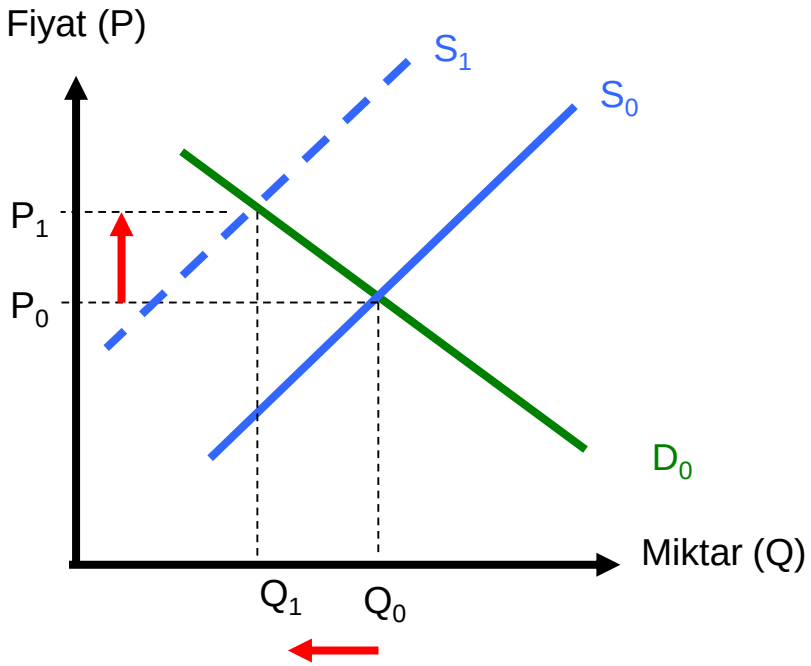


DENGE NOKTASININ DEĞİŞMESİ
ARZIN DEĞİŞMESİ

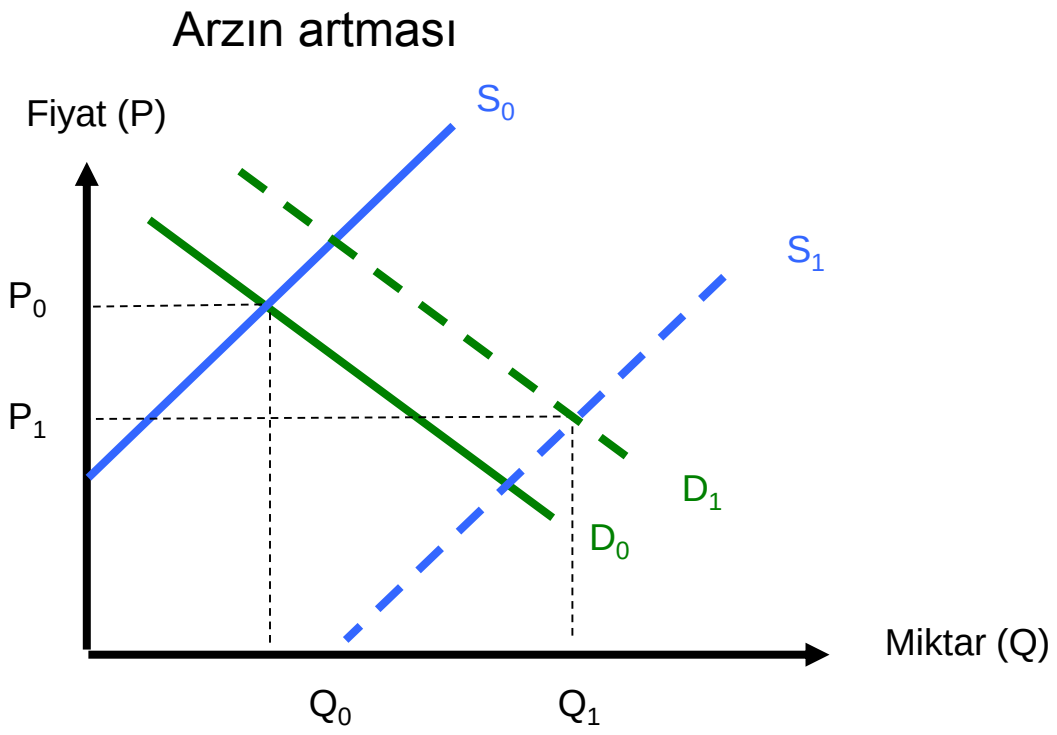
Arzın artması



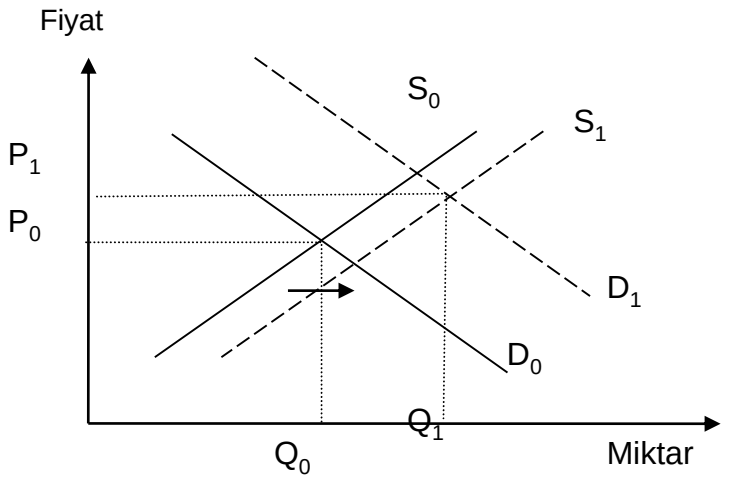
Arzın azalması



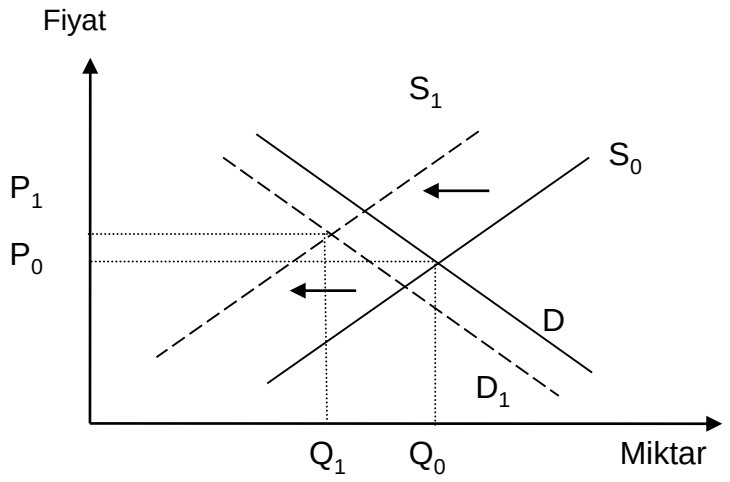
DENGE NOKTASININ DEĞİŞMESİ
TALEP VE ARZIN DEĞİŞMESİ



DENGE NOKTASININ DEĞİŞMESİ
TALEP VE ARZIN DEĞİŞMESİ



Arz ve Talebin Artması

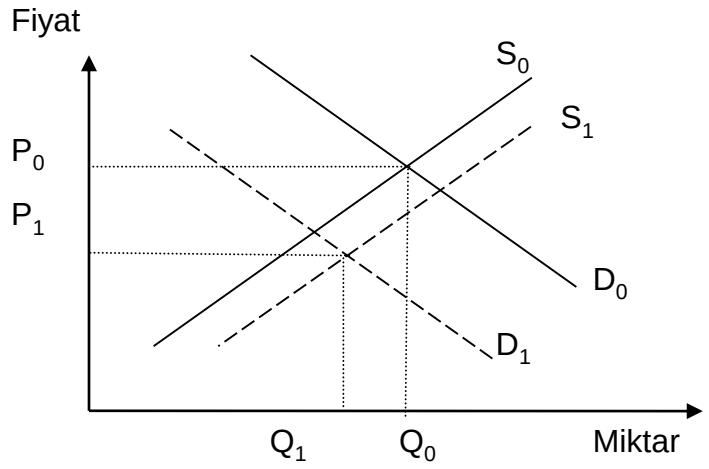


Arz ve Talebin Azalması

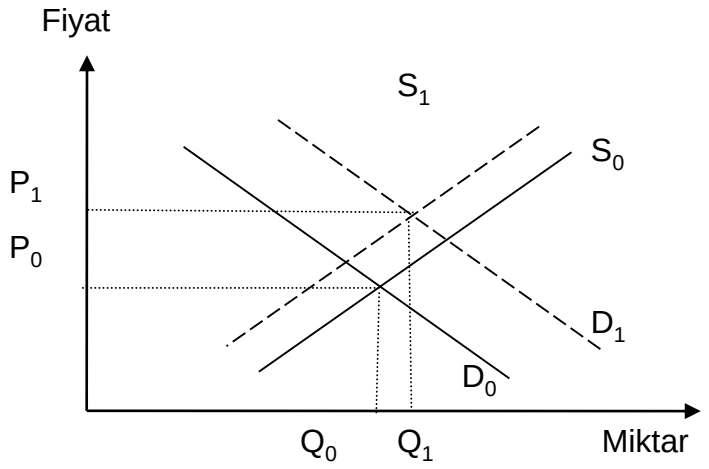
denge miktarı artacaktır
denge fiyatı?

denge miktarı azalacaktır
denge fiyatı?

DENGE NOKTASININ DEĞİŞMESİ
TALEP VE ARZIN DEĞİŞMESİ



Arz artarken talebin azalması



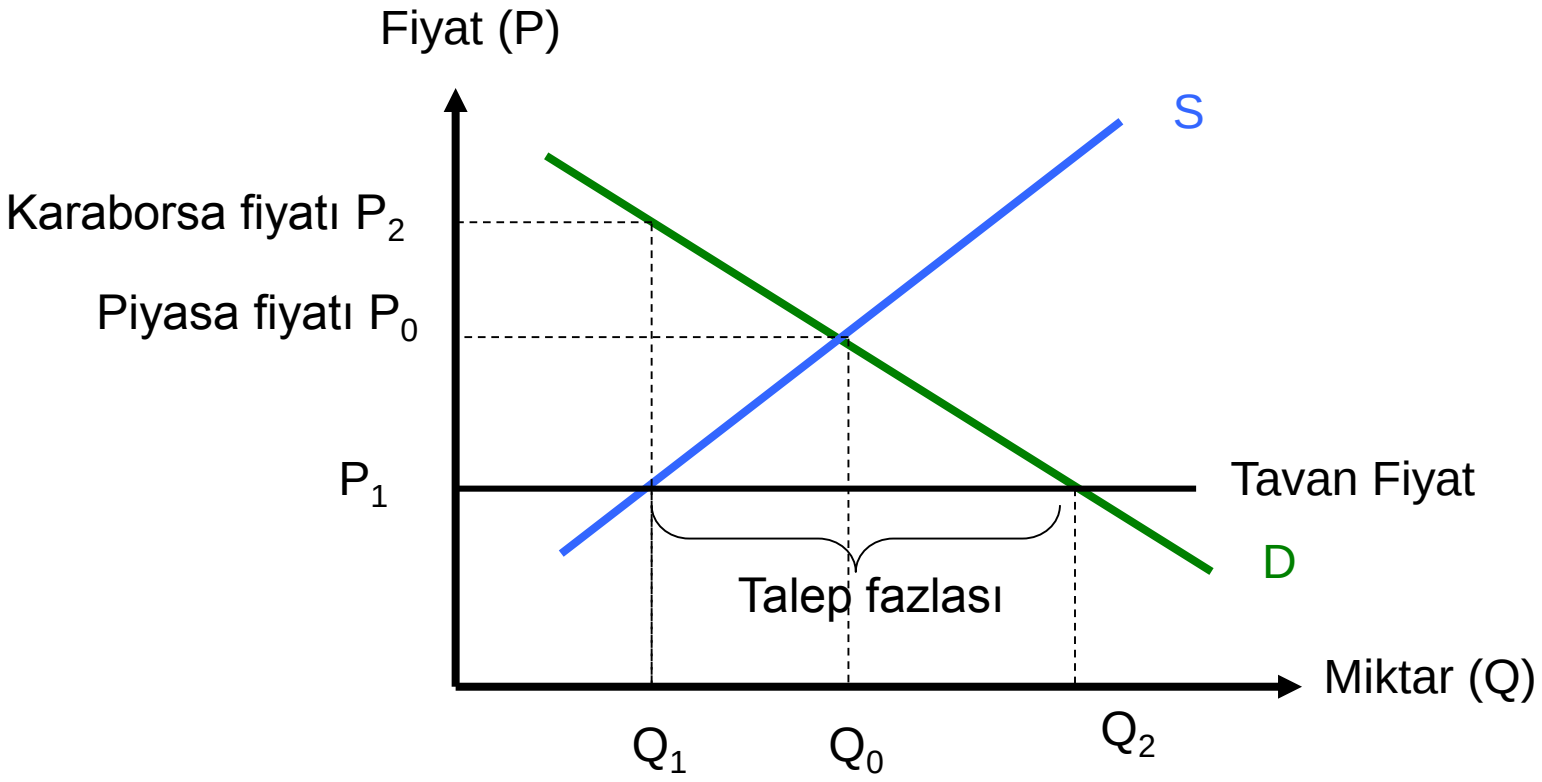
Talep artarken arzın azalması

Denge fiyatı azalacaktır
Denge miktarı?

Denge fiyatı artacaktır
Denge miktarı?

DEVLETİN FİYAT KONTROLÜ: TAVAN FİYAT

- **Tavan fiyat:** Bir mal veya hizmet için devletçe belirlenen maksimum fiyata denir

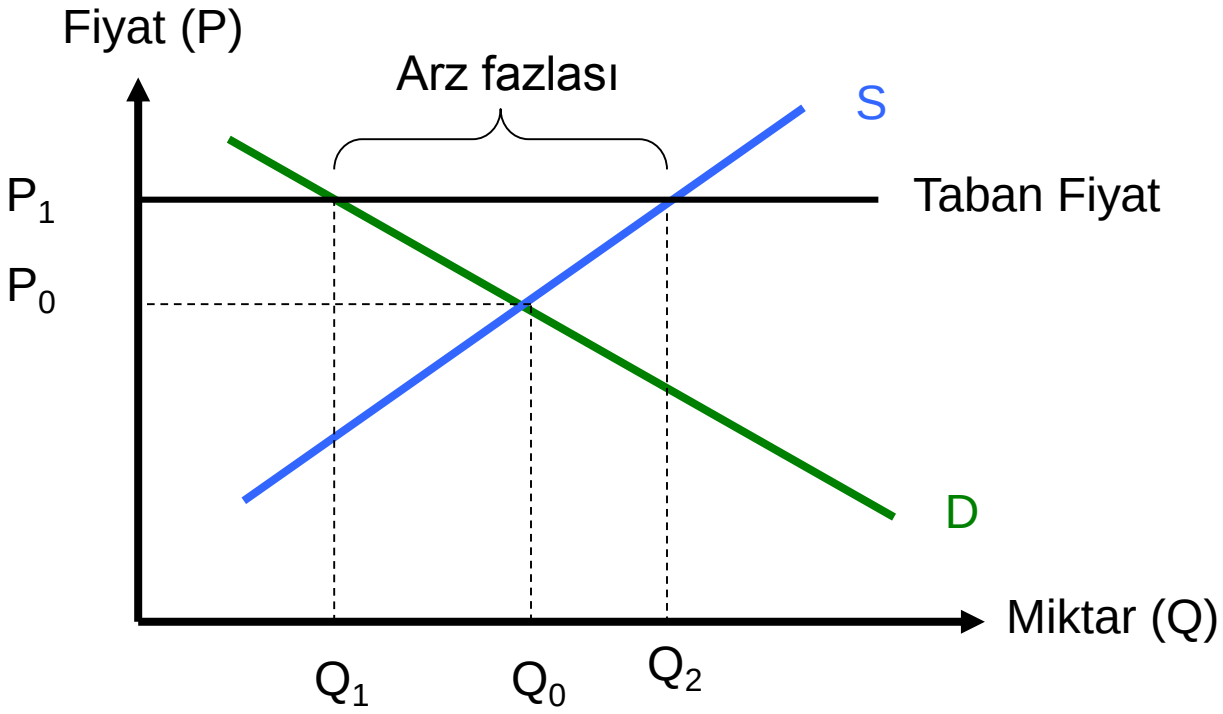


DEVLETİN FİYAT KONTROLÜ:
TAVAN FİYAT:

- *Sorun*: Karşılanamayan talep karaborsa faaliyetine neden olmaktadır.
- *Çözüm*: Tavan fiyat belirlenirken talebi kısacak tedbirler de alınmalıdır.

DEVLETİN FİYAT KONTROLÜ: TABAN FİYAT

- Taban fiyat: Devletin piyasalara müdahale ederek mal veya hizmetlerin fiyatını denge fiyatının üzerinde belirlemesi (devletçe belirlenen minimum fiyat)



DEVLETİN FİYAT KONTROLÜ: TABAN FİYAT

- *Sorun*: Arz fazlası.
- *Çözüm*: Devlet tarafından satın alınması.
- *Örnek:*
  - Tarım ürünlerinde yaptığı destekleme alım fiyatları
  - Emek için taban fiyat (asgari ücret uygulaması)

ESNEKLİKLER

- Talep esneklikleri: Bir malın talebinin talebi etkileyen faktörlerdeki değişimlere **ne kadar duyarlı** olduğunu gösteren ölçütlerdir.
  - Talebin fiyat esnekliği
  - Talebin gelir esnekliği
  - Talebin çapraz esnekliği

TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ

- Talep edilen miktardaki değişimin fiyattaki değişime oranıdır.

$$\text{Fiyat esnekliği } (e_f) = \frac{\text{Talep edilen miktardaki \% değişme}}{\text{Fiyattaki \% değişme}}$$

$$\text{Bir malın fiyatındaki \% değişme} = \frac{\Delta P}{P} = \frac{P_2 - P_1}{P_1}$$

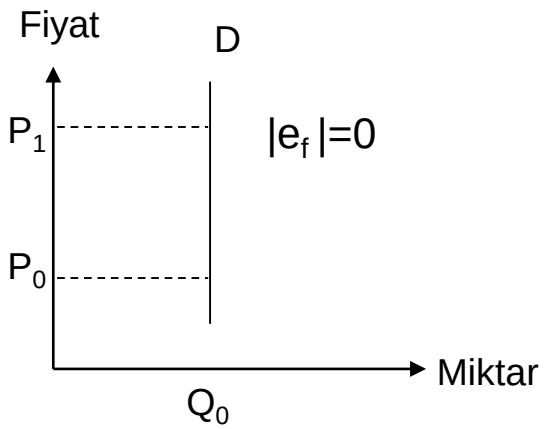
$$\text{Bir malın miktarındaki \% değişme} = \frac{\Delta Q}{Q} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}$$

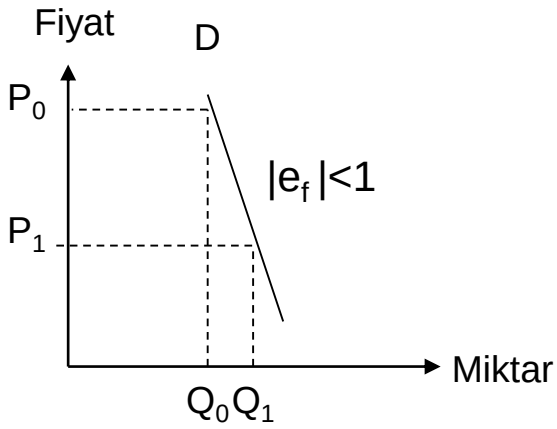
$$e_f = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{(Q_2 - Q_1) / Q_1}{(P_2 - P_1) / P_1}$$

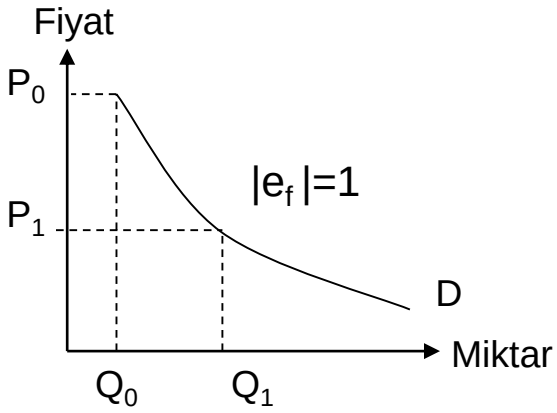
TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ

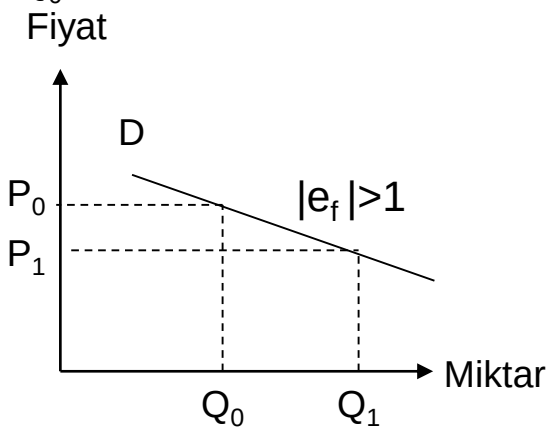
- Talebin fiyat esnekliği negatiftir ($e_f < 0$)
- Mutlak değerce esneklik ne kadar büyük ise mal fiyat değişimine karşı o kadar duyarlıdır
- Esnekliğin büyüklüğüne göre talep aşağıdaki gibi sınıflandırılır
  - $0 < |e_f| < 1$ ise esnek olmayan talep
  - $|e_f| > 1$ ise esnek talep
  - $|e_f| = 1$ ise birim esnek talep
  - $|e_f| = 0$ ise sıfır esnek talep
  - $|e_f| = \infty$ ise sonsuz esnek talep

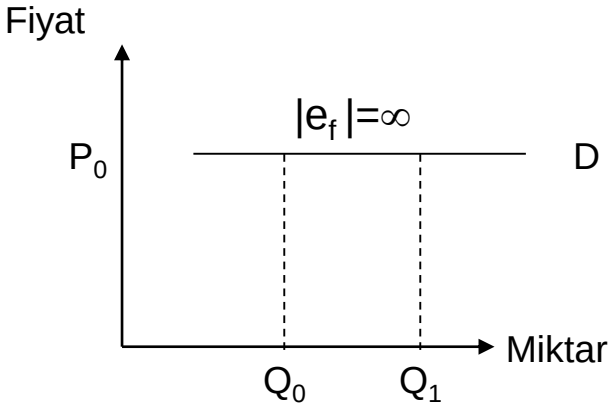
TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ











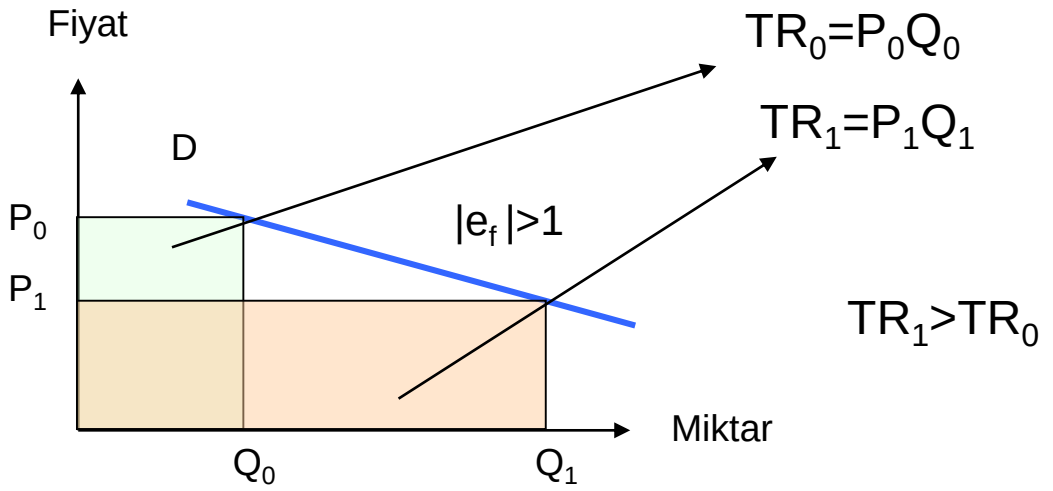
Esnek talep

TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ VE TOPLAM HASILAT

- Toplam hasılat (TR): Satışlardan elde edilen toplam gelir
- P: Satış fiyatı
- Q: Satış miktarı

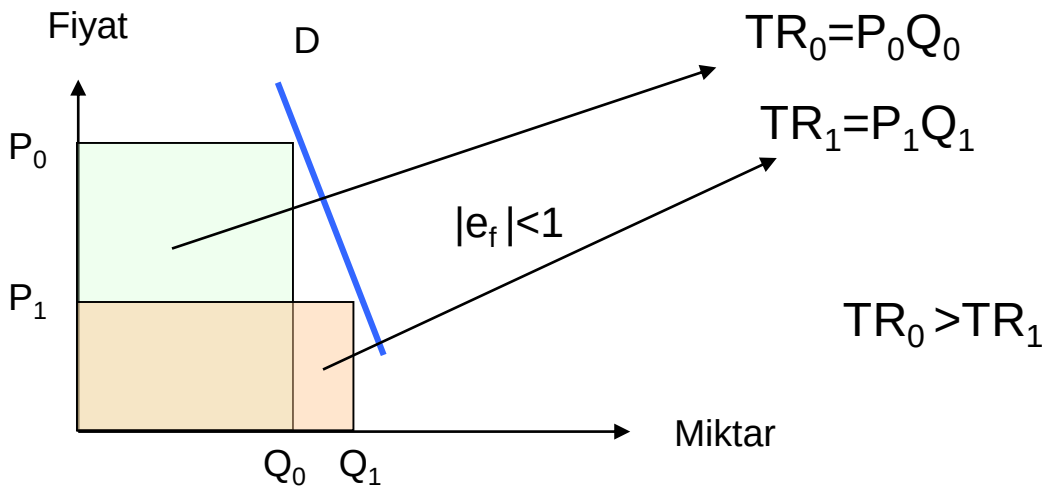
$$TR=(P)(Q)$$

- Talebi esnek olan mallarda fiyat düştükçe toplam hasılat artar, fiyat arttıkça toplam hasılat azalır.



TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ VE TOPLAM HASILAT

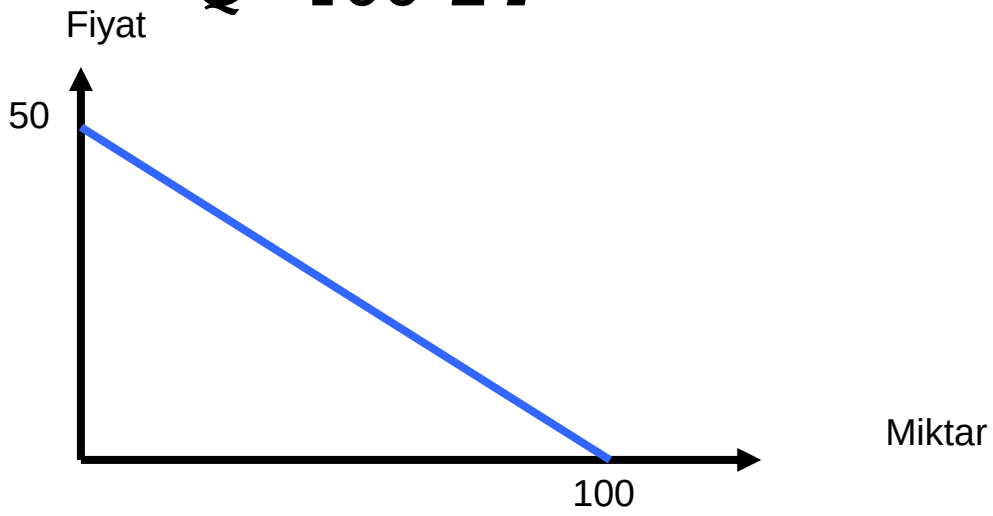
- Esnek olmayan mallar için fiyat düştükçe toplam hasılat azalır



ÖRNEK

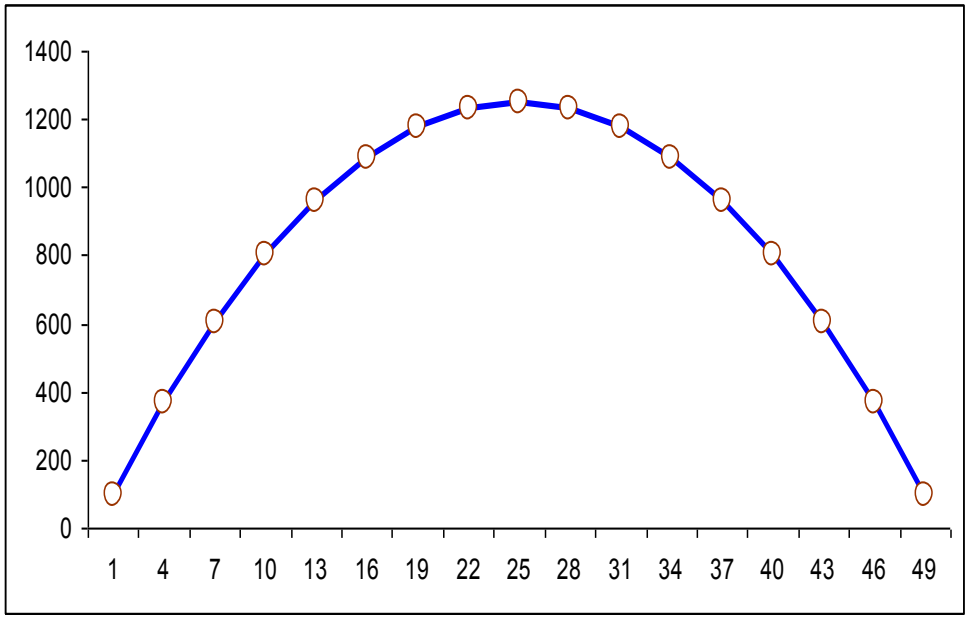
- Bir malın fiyatı (P) ile talep miktarı (Q) arasında aşağıdaki ilişki bulunmaktadır. Toplam hasılatın maksimum olması için satış fiyatı ne olmalıdır?

$$Q = 100 - 2P$$



ÖRNEK (DEVAM)

Fiyat	Talep miktarı	Toplam Hasılat
1	98	98
4	92	368
7	86	602
10	80	800
13	74	962
16	68	1088
19	62	1178
22	56	1232
25	50	1250
28	44	1232
31	38	1178
34	32	1088
37	26	962
40	20	800
43	14	602
46	8	368
49	2	98



$TR = P.Q$

$= P(100-2P)$

$TR = 100P - 2P^2$

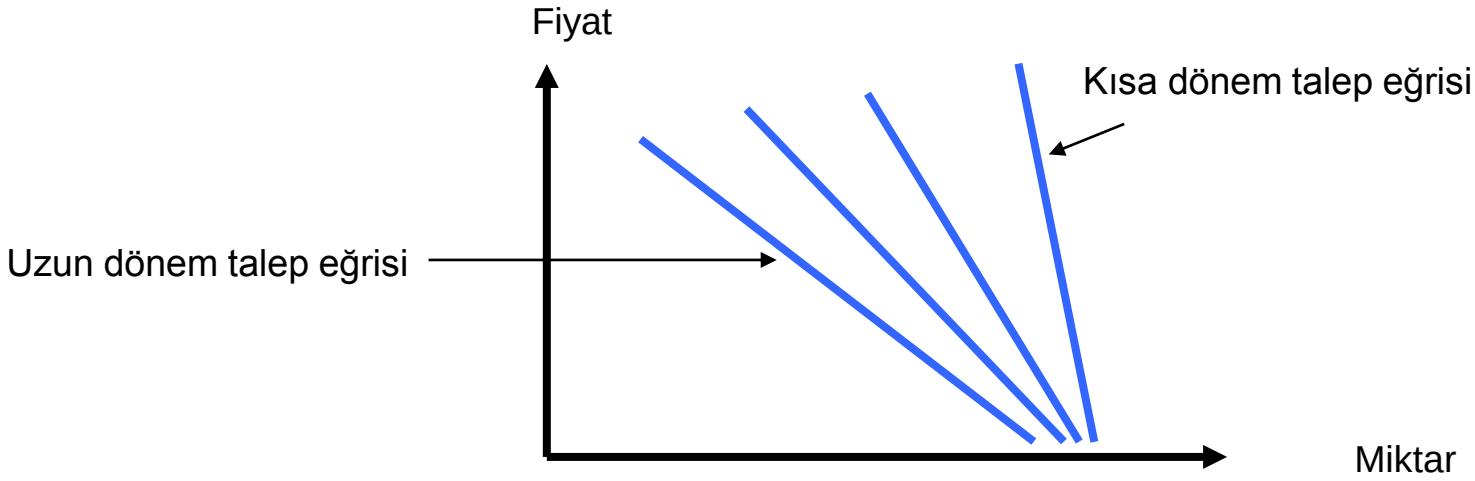
$$\frac{d(TR)}{dP} = 0$$

$100-4P=0$

$P = 25$

TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

- **Rakip malların varlığı**: rakip malların sayısı arttıkça esneklik artar
- **Malın fiyatının bütçe içindeki payı**: düşük fiyatlı malların esnekliği küçük, yüksek fiyatlı malların esnekliği büyüktür.
- **Zaman**: Kısa dönemde malların esnekliği küçük, uzun dönemde esneklik daha büyüktür.



ÖRNEK

- Başlangıç fiyatı 10 YTL olan bir malın fiyatı 9 YTL'ye indirildiğinde talep miktarı 100 birimden 120 birime çıkmıştır. Bu malın fiyat esnekliği nedir?

$$e_f = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{(120 - 100)\ /100}{(9 - 10)\ /\ 10} = -2$$

TALEBİN GELİR ESNEKLİĞİ

- Gelirdeki değişimlerin bir malın talebini nasıl etkilediğini ölçmek için kullanılır.
- Talep miktarındaki yüzdelik değişimin, gelirdeki yüzdelik değişime oranıdır

$$\text{Gelir esnekliği } (e_g) = \frac{\text{Talep edilen miktardaki \% değişme}}{\text{Gelirdeki \% değişme}}$$

$$e_g = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta G/G} = \frac{(Q_2-Q_1)\,/\,Q_1}{(G_2-G_1)\,/\,G_1}$$

- Düşük malların gelir esnekliği negatiftir ($e_g<0$)
- Normal malların gelir esnekliği pozitiftir.
  - $0<e_g<1$ ise zorunlu ihtiyaç
  - $e_g>1$ ise lüks ihtiyaç

TALEBİN ÇAPRAZ ESNEKLİĞİ

- Diğer malların fiyatlarındaki değişimin bir malın talebini nasıl etkilediğini ölçmek için kullanılır.
- Talep miktarındaki yüzdelik değişimin, diğer malların fiyatlarındaki yüzdelik değişime oranıdır

$$\text{Çapraz esneklik } (e_ç) = \frac{\text{Talep edilen miktardaki \% değişme}}{\text{Diğer malın fiyatındaki \% değişme}}$$

$$e_ç = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P_x/P_x} = \frac{(Q_2-Q_1)\,/\,Q_1}{(P_2-P_1)\,/\,P_1}$$

- Rakip malların çapraz esnekliği pozitiftir
- Tamamlayıcı malların çapraz esnekliği negatiftir

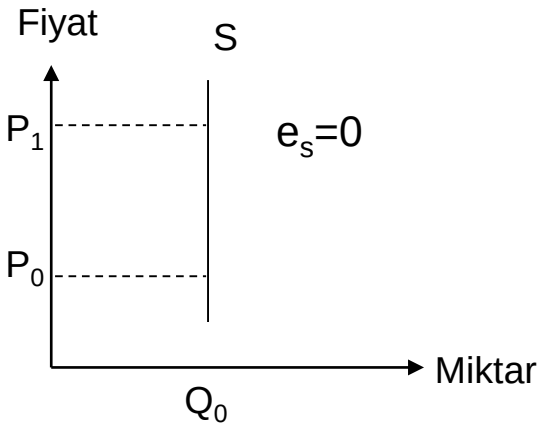
ARZ ESNEKLİĞİ

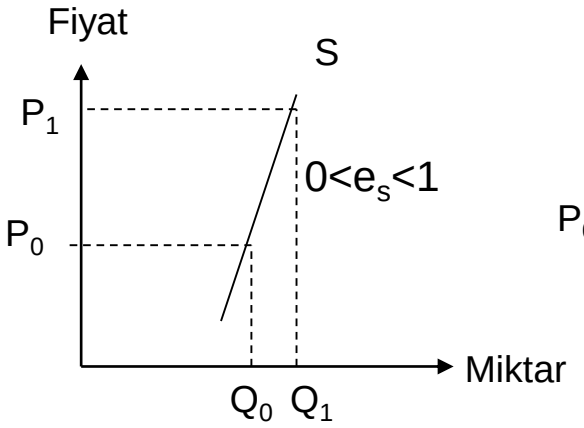
- Bir malın arzının, arzı etkileyen faktörlere karşı ne kadar duyarlı olduğunu gösterir.
- Bir malın arz miktarındaki yüzdelik değişimin fiyatındaki yüzdelik değişimine oranına arz esnekliği denir

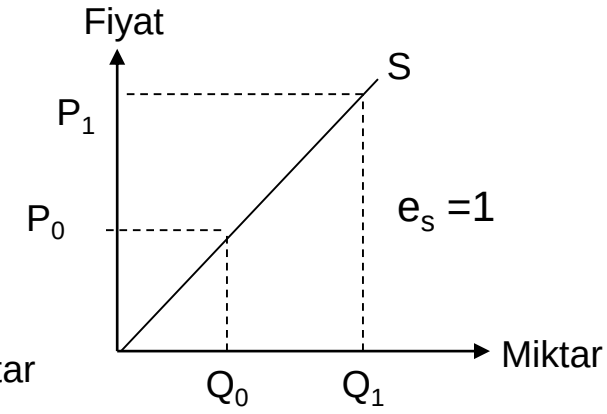
$$\text{Arz esnekliği } (e_s) = \frac{\text{Arz miktardaki \% değişme}}{\text{Fiyattaki \% değişme}}$$

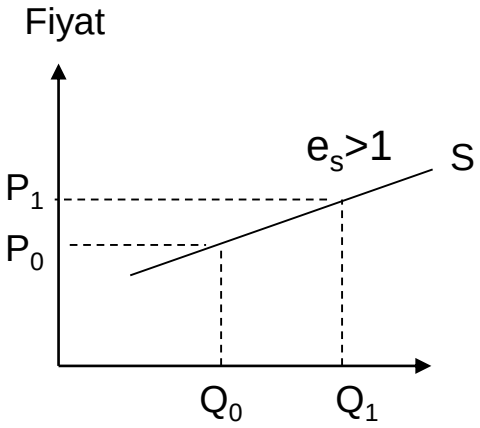
$$e_s = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{(Q_2-Q_1)\,/\,Q_1}{(P_2-P_1)\,/\,P_1}$$

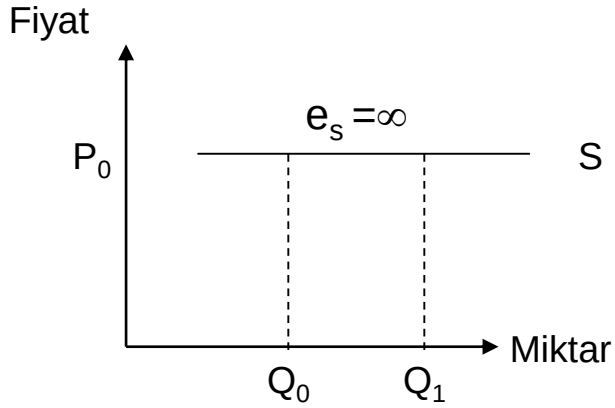
ARZ ESNEKLİĞİ ÇEŞİTLERİ





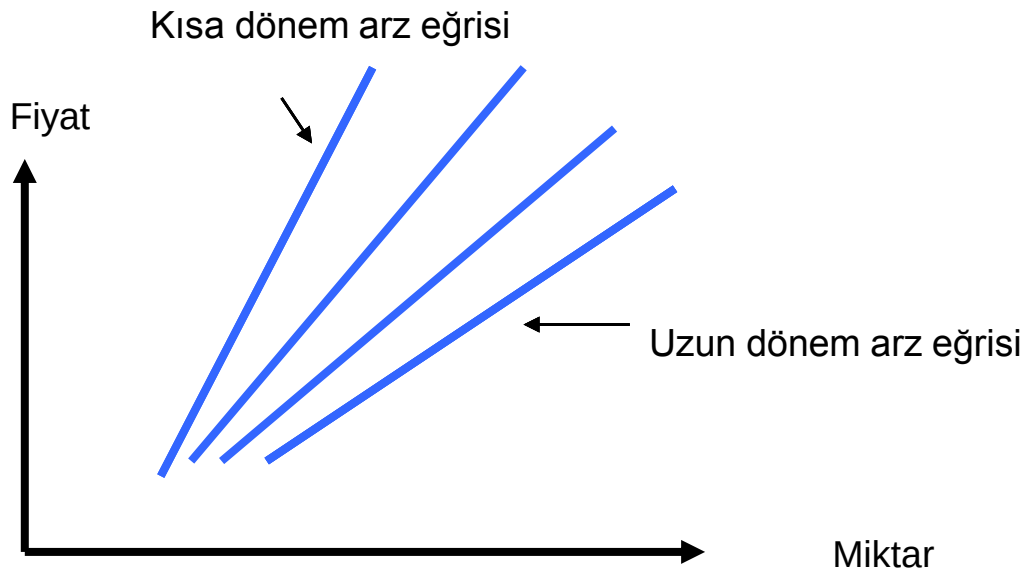






ARZ ESNEKLİĞİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

- Üretimde ikame malların olup olmaması
- Malın dayanıklı bir mal olup olmaması
- Maliyet yapısı
- Zaman



TÜKETİCİ DENGESİ ANALİZİ

Daha önceki fiyat teorisi konusunda fiyatlarlarla ilgili analizlerde bir malın fiyatı düştüğünde daha fazla talep edildiği, fiyatlar yükseldiğinde daha az talep edildiğinden bahsedilmiş ancak sebepleri üzerinde detaylı açıklama yapılmamıştı. Bu bölümde daha çok tüketici davranışları incelenecek ve talep kanunu açıklanacaktır. Açıklanacak konular

- Tüketici dengesi yaklaşımları

  Kardinal yaklaşım

  Ordinal yaklaşım

- Tüketici dengesi, farksızlık eğrileri ve bütçe doğrusu

Fayda;

- Tüketicilerin mal ve hizmetleri tercih etmelerindeki asıl sebep bu tercihlerinden fayda sağlamaktır.
- Fayda, mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını karşılama özelliği olarak tanımlanır.

Tüketicinin hangi mal ve hizmeti tercih edeceğinde etkili olan faktörler vardır. Bunlar;

✓Mal ve hizmetlerin fiyatları

✓Tüketicinin gelir seviyesi

✓Zevk ve tercihleri(malların marjinal faydaları)

*Marjinal fayda: son birimin yararı

- Faydanın ölçülüp ölçülemeyeceği konusunda, iki temel görüş vardır. Bunlardan birisi faydanın ölçülebileceğine dair olan "Kardinal yaklaşım" diğeri ise faydanın ölçülemeyeceği yalnızca kıyaslama yapılabileceğine dair olan "Ordinal yaklaşım" dir.

KARDİNAL YAKLAŞIM

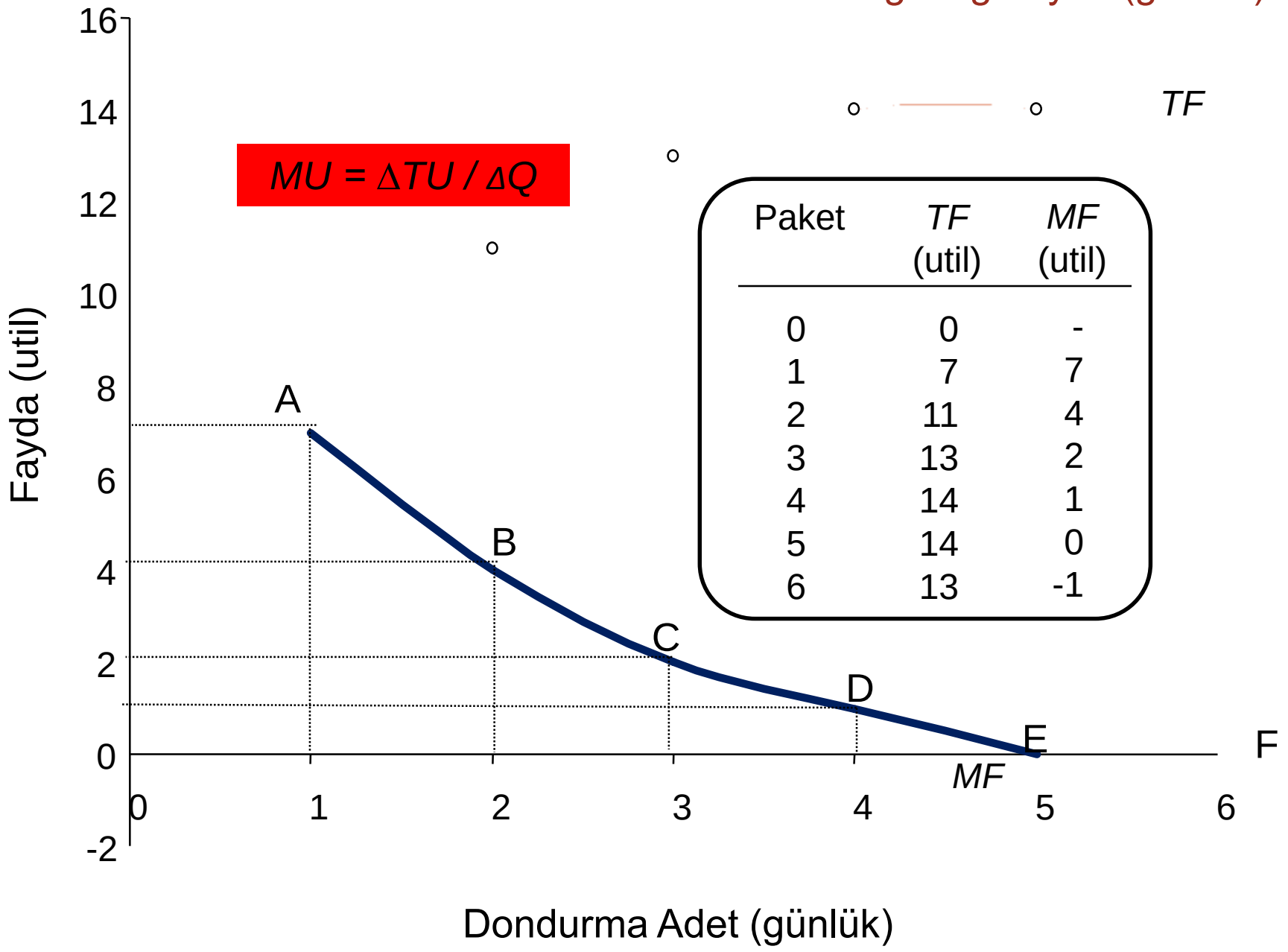
Faydanın ölçülebilir olduğunu savunmuşlar ve her mel ve hizmet grubunu belirli bir fayda birimi ile ifade etmişler, diğer ölçü birimleri gibi fayda birimi kullanmışlardır. Bu fayda birimi utildir. Örneğin 1 kg et= 36 fayda birimi(util), 1kğ elma 8 fayda birimi(util) gibi

Temel kavramlar;

- Tüketicinin belirli bir dönemde tüketilen bir malın tüm birimlerinden elde edilen faydanın toplamına toplam fayda denir(TU)
- Marjinal fayda ise tüketilen malın en son biriminden elde edilen fayda veya tüketilen en son birimin TU'da meydana getireceği değişmedir.

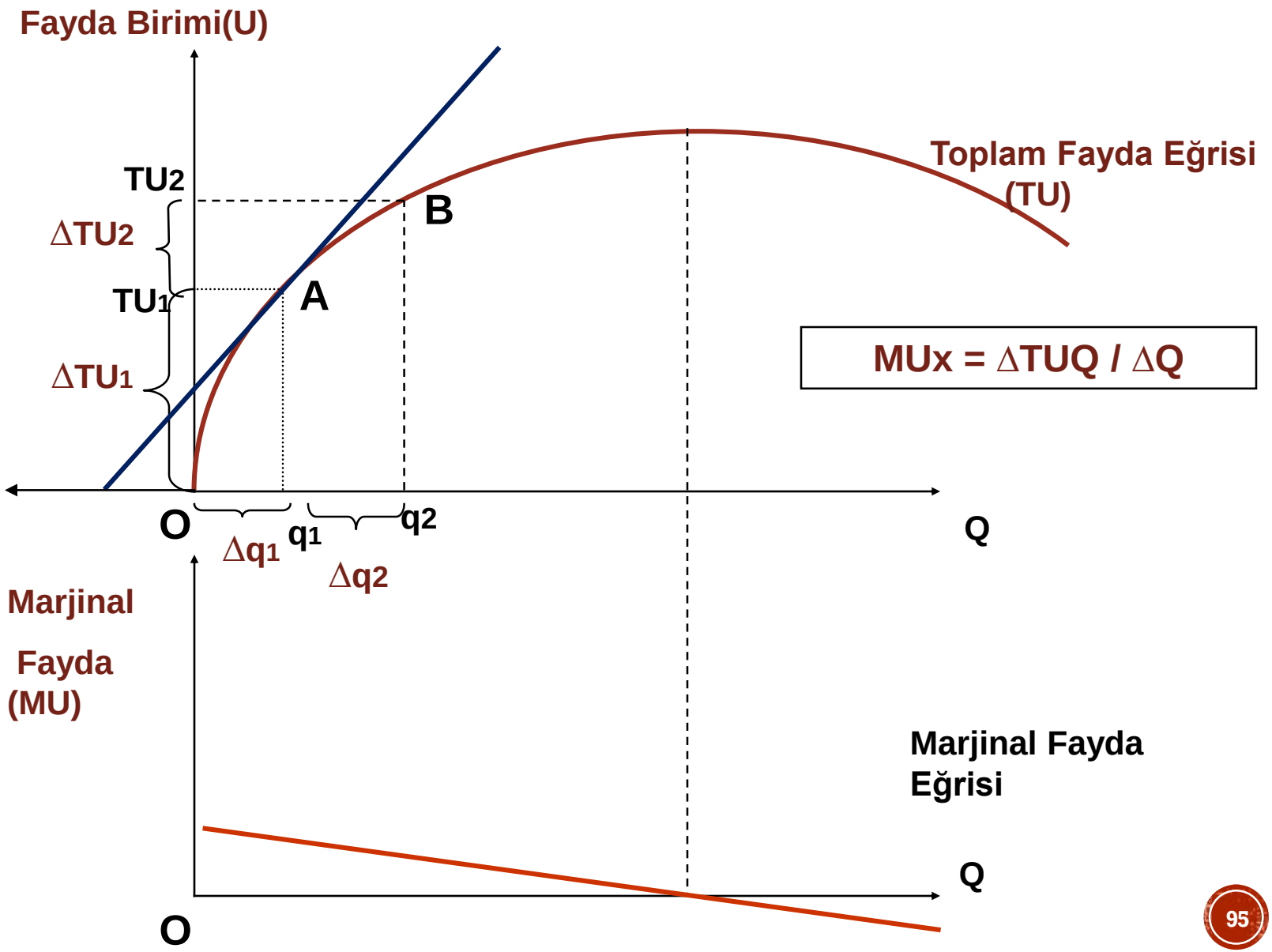
- Mal ve hizmetlerden elde edilen fayda onlara duyulan ihtiyacın şiddetine bağlıdır. İhtiyacın şiddeti ne kadar fazla ise elde dilen fayda da o kadar fazladır, şiddet azaldığında fayda azalır.
- İhtiyaçlar giderildiğinde nasıl fayda azalıyorsa sağlanacak olan marjinal fayda da azalır.

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

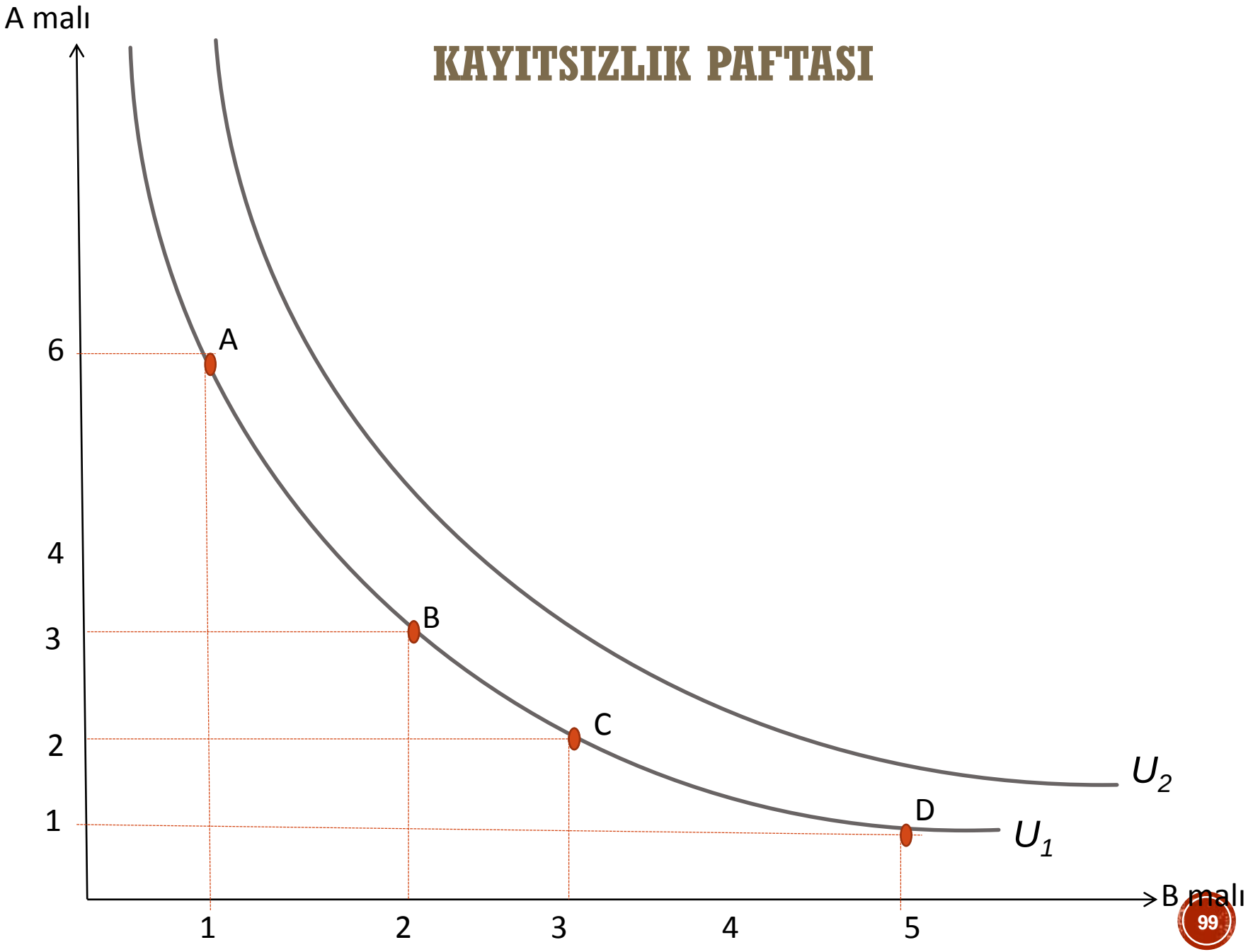
- Rasyonelliktir

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)

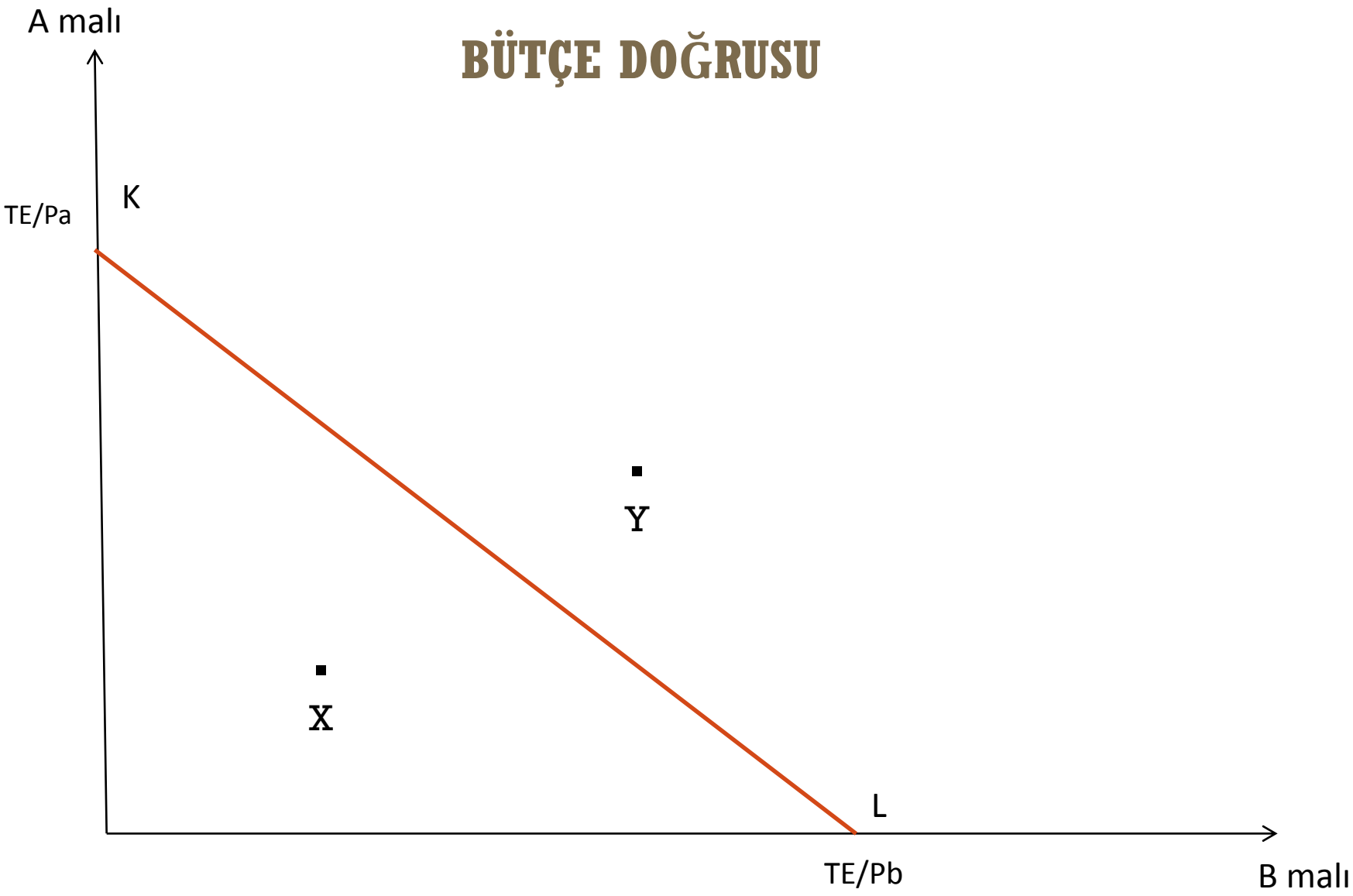
KAYITSIZLIK EĞRİLERİNİN ÖZELLİKLERİ

- ✓ 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

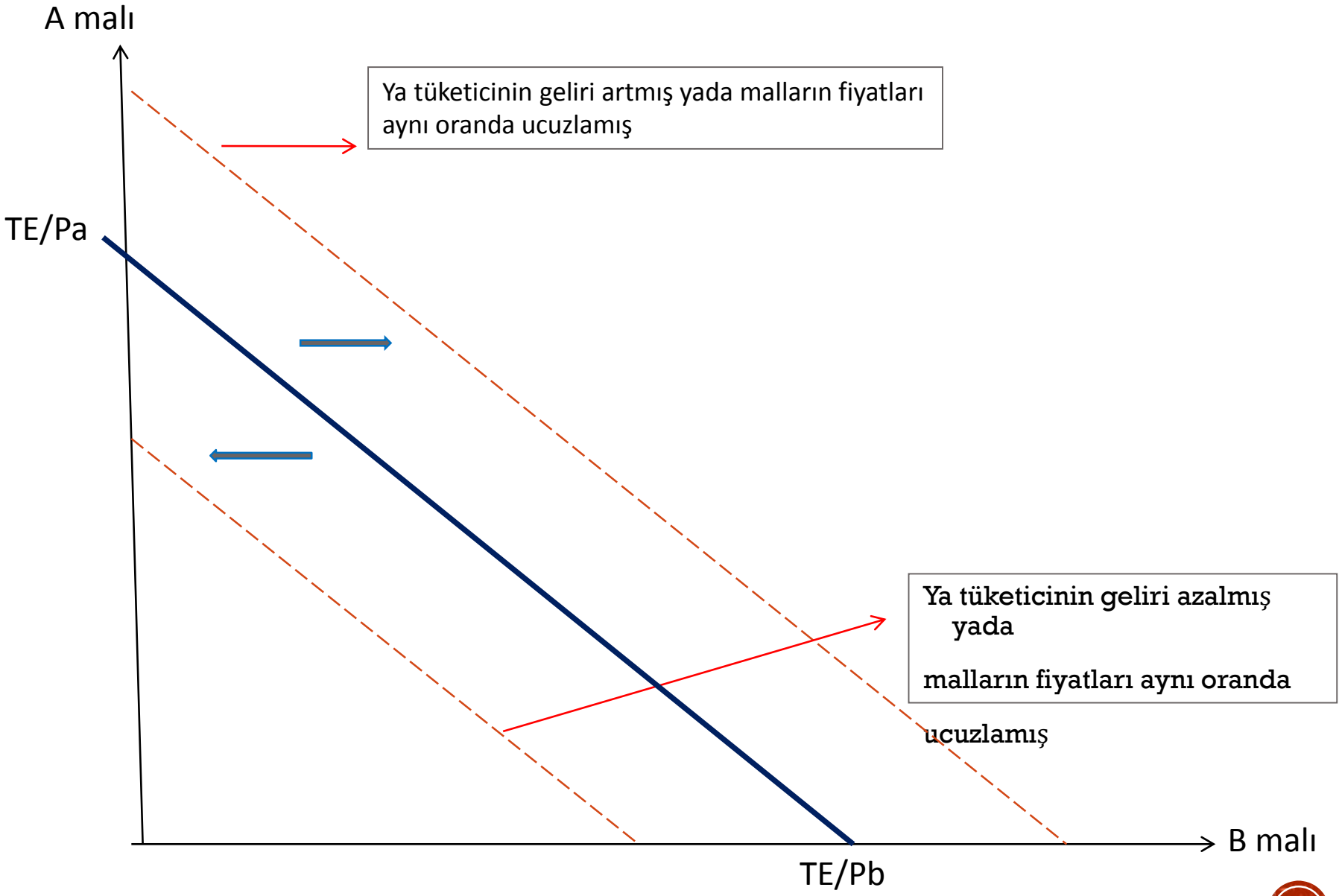
BÜTÇE DOĞRUSU

- 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.**

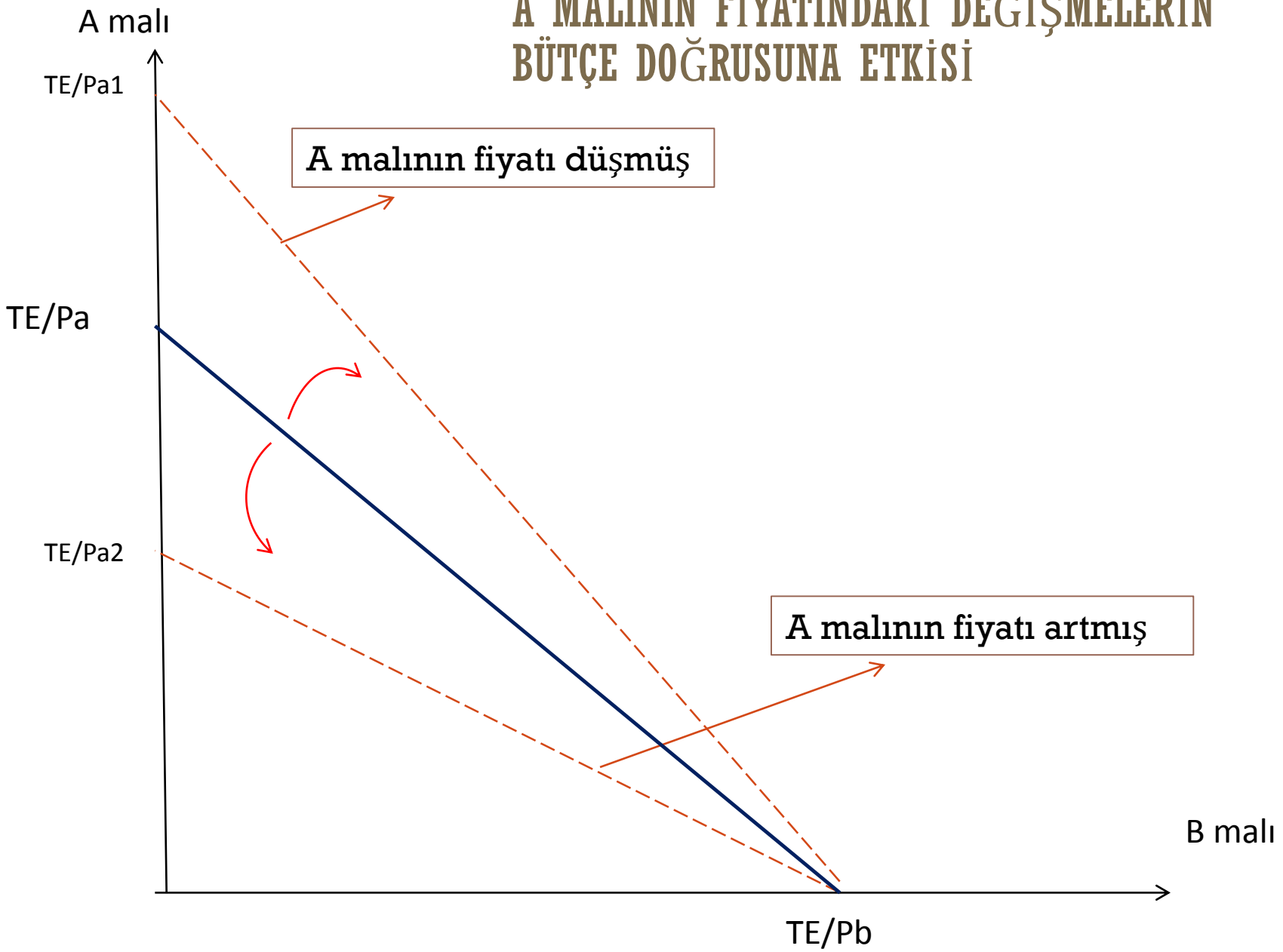
BÜTÇE DOĞRUSU



GELİR ARTIŞININ BÜTÇE DOĞRUSUNA ETKİSİ



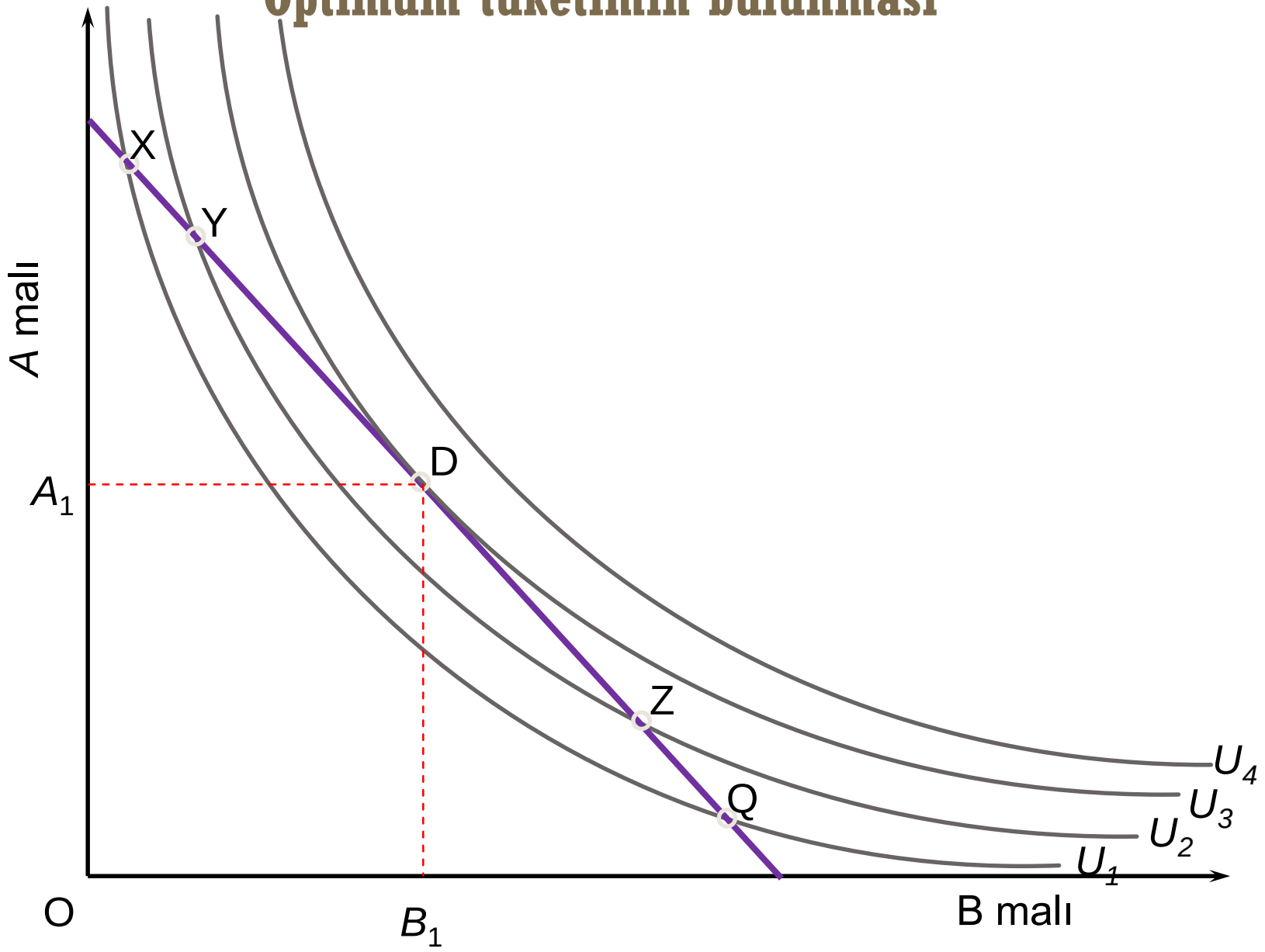
A MALININ FİYATINDAKİ DEĞİŞMELERİN BÜTÇE DOĞRUSUNA ETKİSİ



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



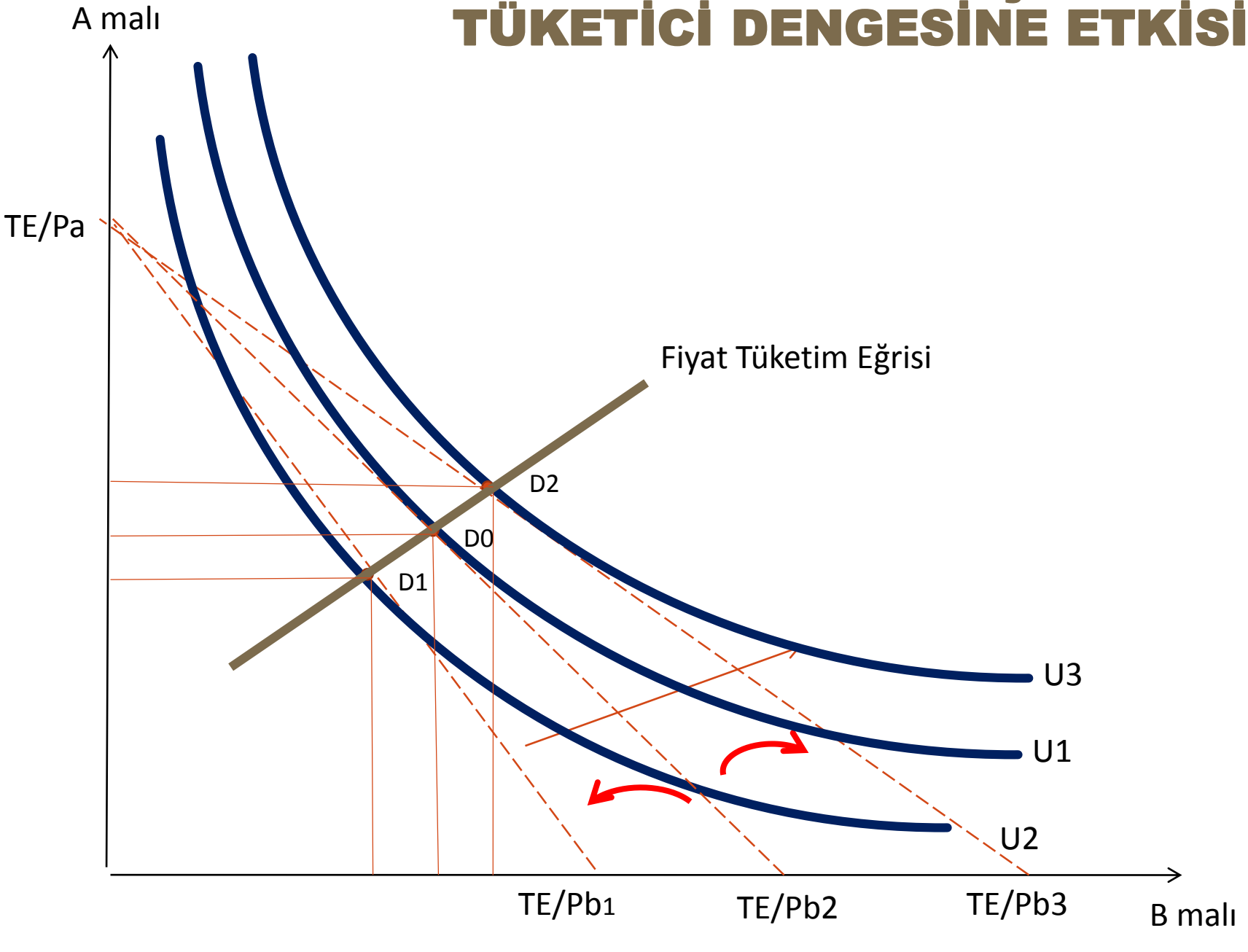
DENGE NOKTASINDAKİ DEĞİŞMELER

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.

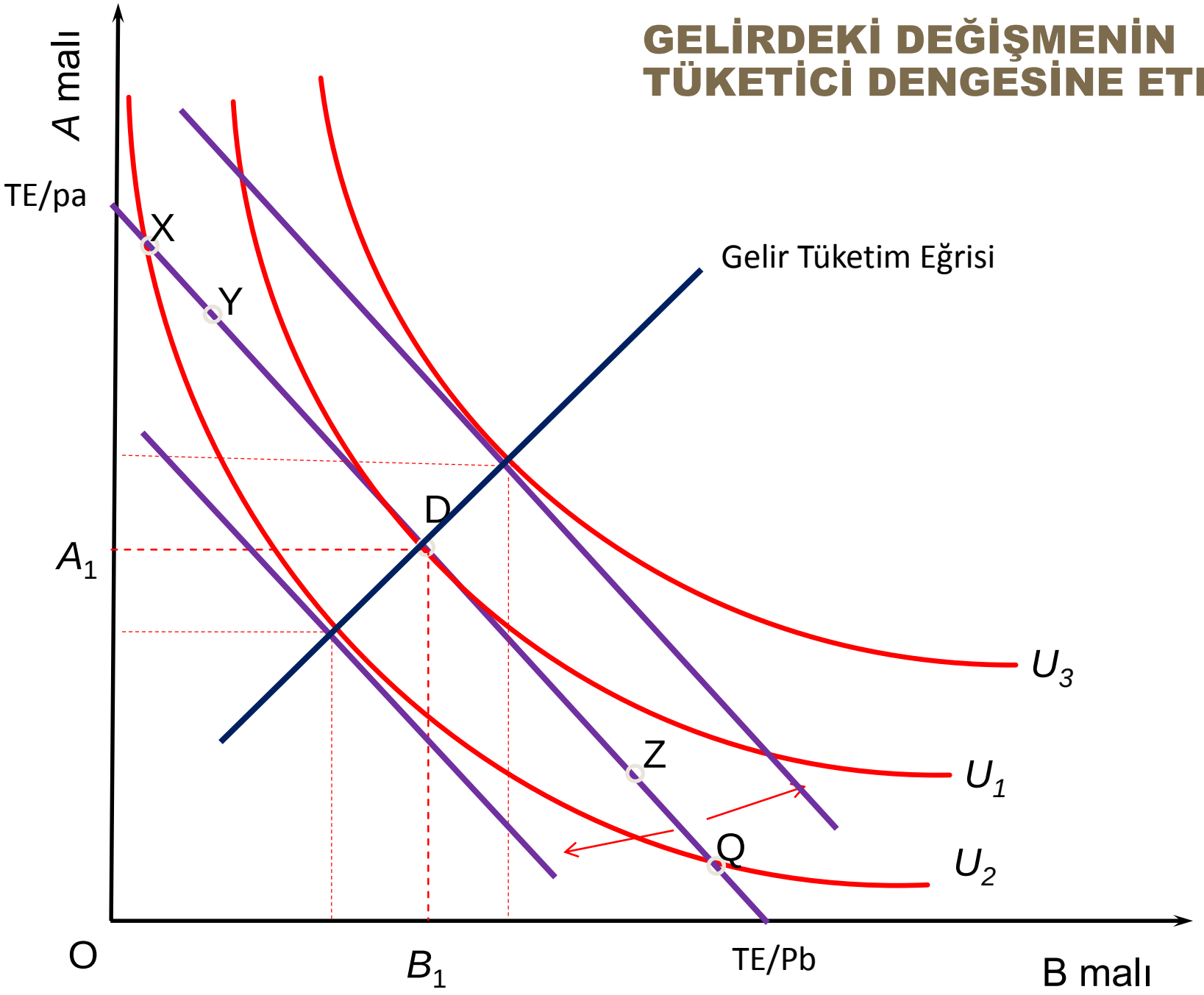
FİYATLARDAKİ DEĞİŞMENİN TÜKETİCİ DENGESİNE ETKİSİ



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

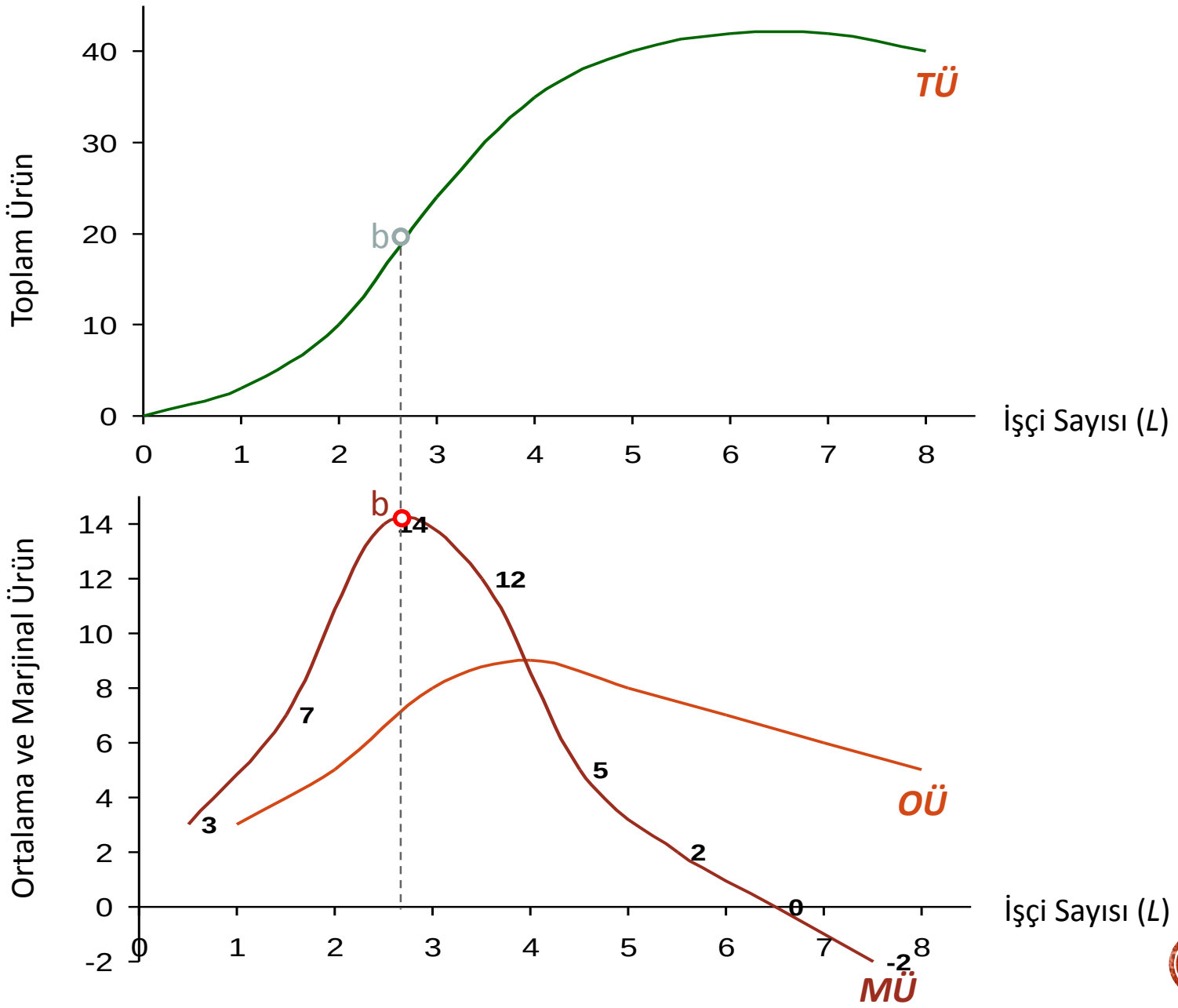
Ulusal ekonomilerde, ister firma bazında, isterse de ülke ekonomisi bazında Azalan Verim Yasası geçerlidir. Her ne kadar, Adam Smith‘ Artan Verimlilik’ anlayışını gündeme getirmiş olsa da, günümüzde, tarımsal üretimde ve sanayi üretiminde artan nüfusa bağlı olarak David Ricardo'nun dile getirdiği ve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

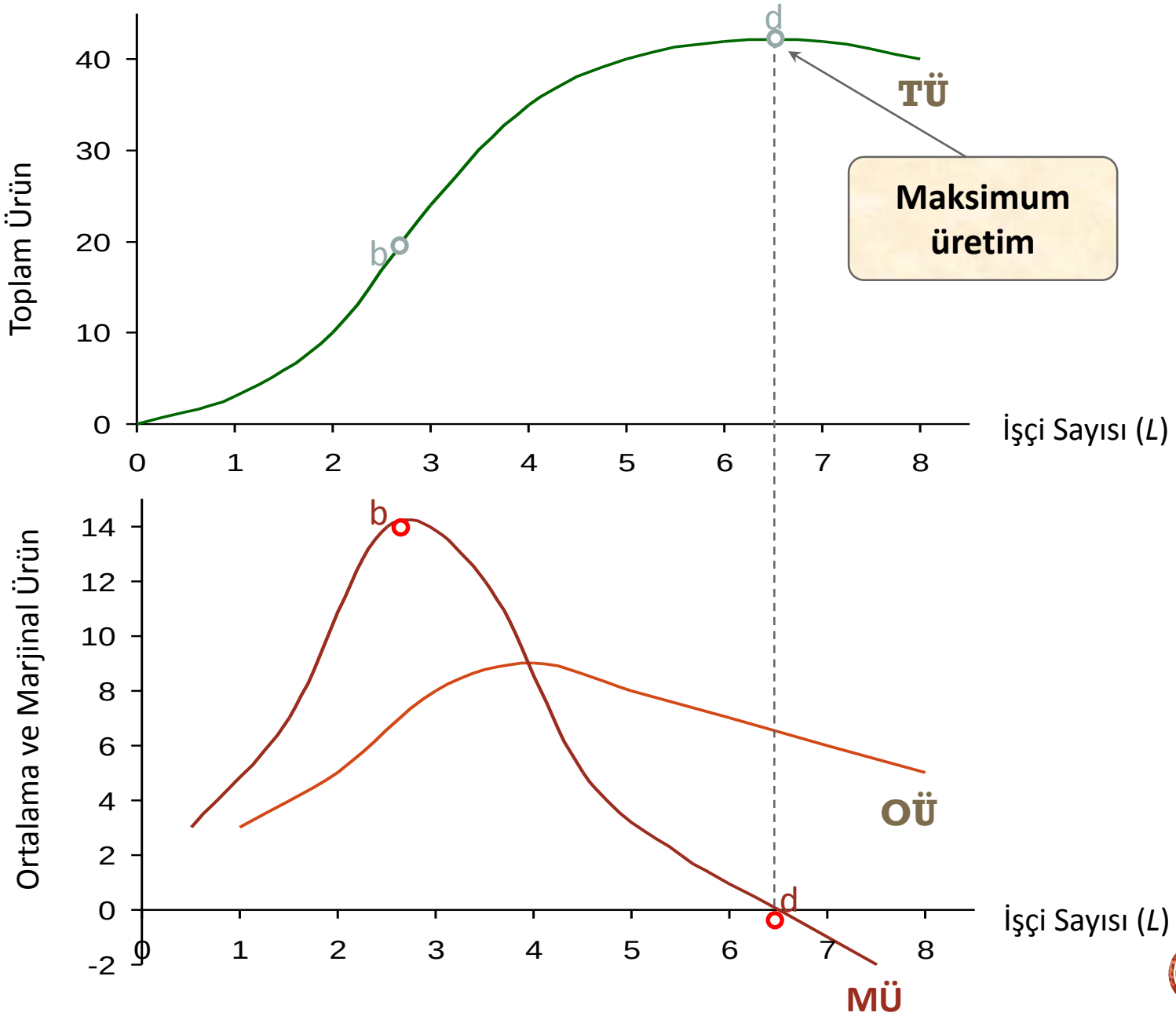
- Firma bazında, doğal kaynaklar, emek ve sermaye üretim faktörleri, yani hammadde, işgücü ve makine-techizat miktarı arasında oluşturulan hassas dengeye **Optimal Faktör Bileşim Oranı,** diyoruz. Eğer, üç üretim faktörü arasındaki hassas denge bozulup, bir veya iki üretim faktörünün miktarı sabit tutulur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

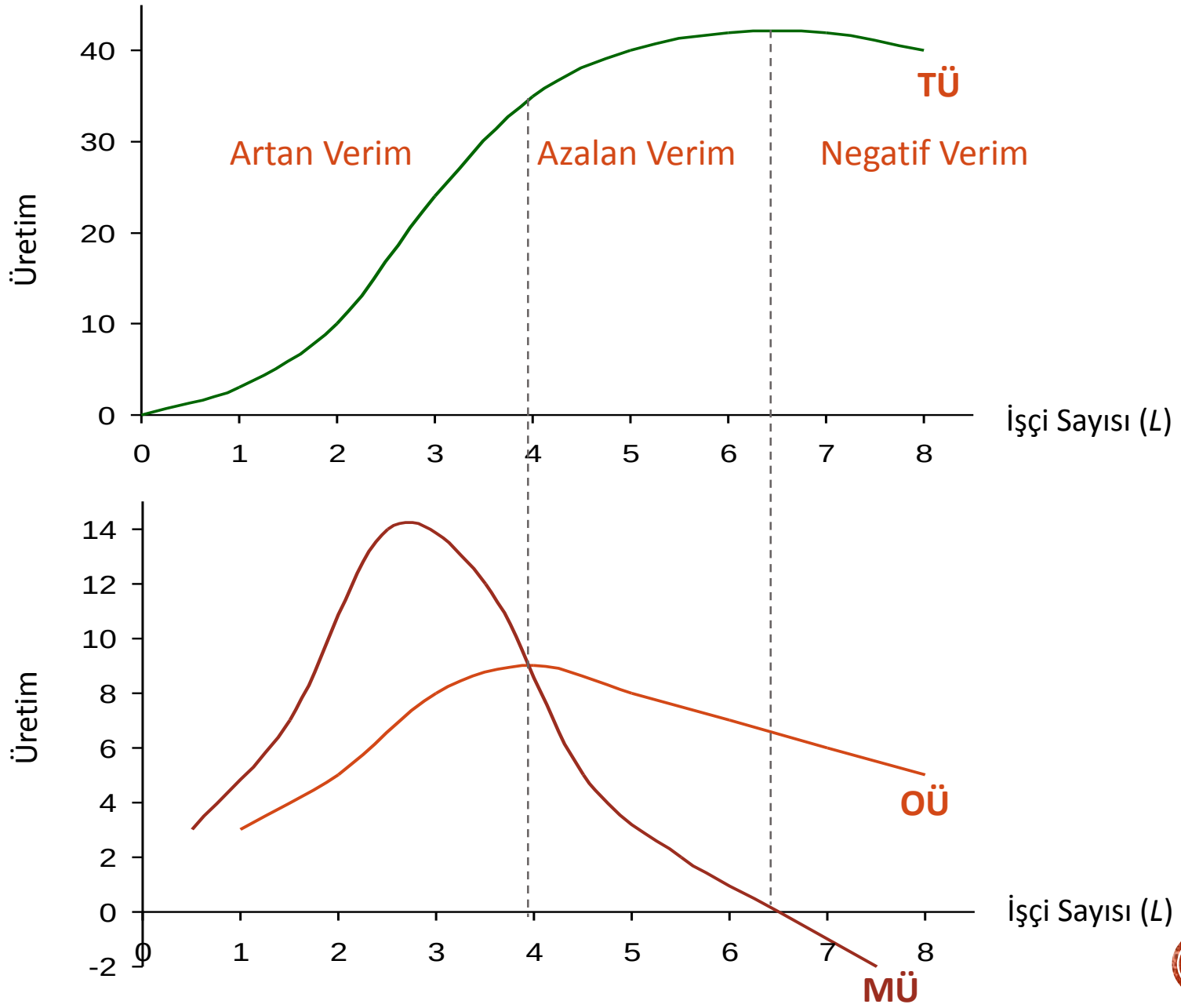
- Toplam Ürün=f(Üretim Faktörleri)

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


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

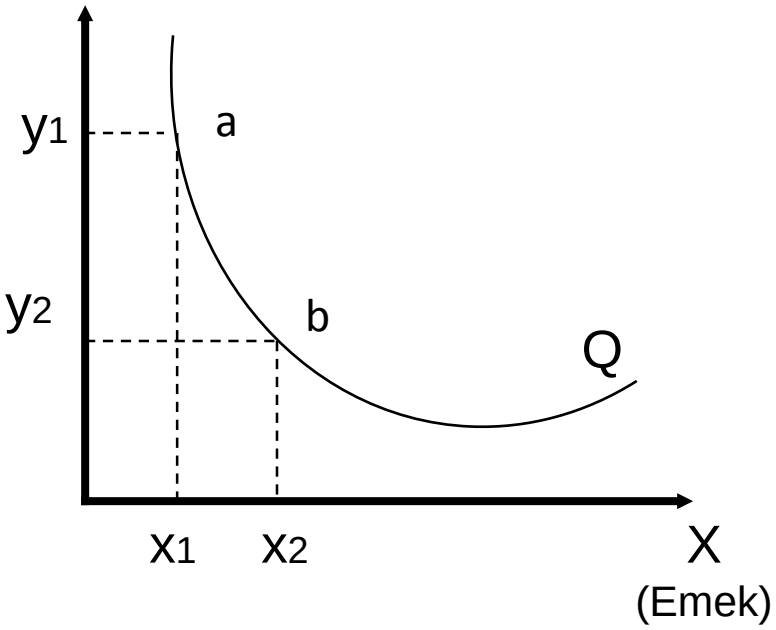

Üretim
40
30
20
10
0
TÜ
Artan Verim
Azalan Verim
Negatif Verim
0 1 2 3 4 5 6 7 8
İşçi Sayısı (L)
Üretim
14
12
10
8
6
4
2
0
-2
OÜ
MÜ
0 1 2 3 4 5 6 7 8
İşçi Sayısı (L)

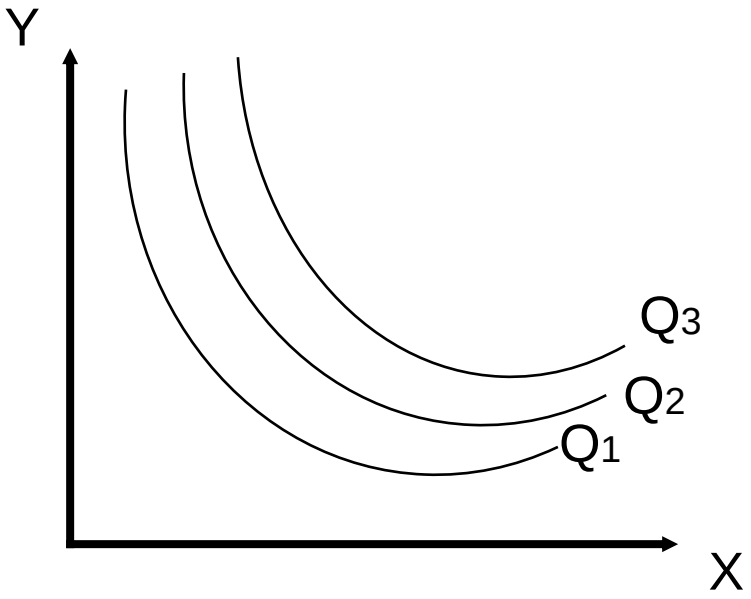
Optimal Faktör Bileşimi Seçimi

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

- Eş Ürün eğrisi
- Eş maliyet doğrusu

Eş Ürün Eğrileri





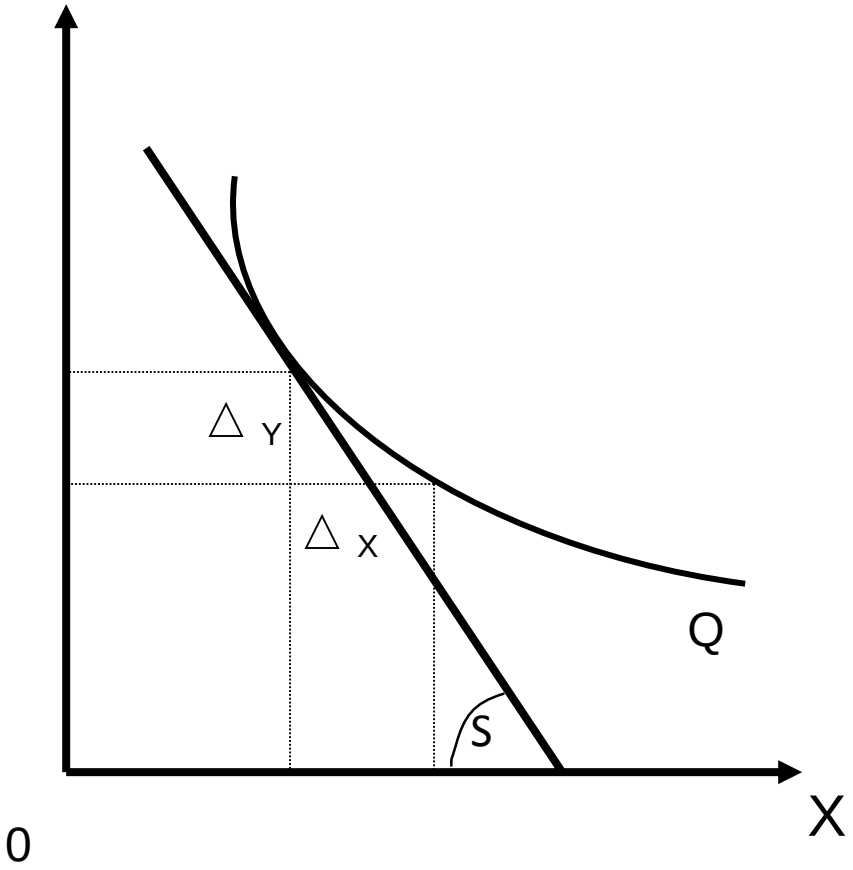
Üreticiye aynı üretim düzeyini sağlayan farklı girdi bileşimlerini gösteren bir eğridir.

Eş ürün Eğrilerinin Özellikleri

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

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

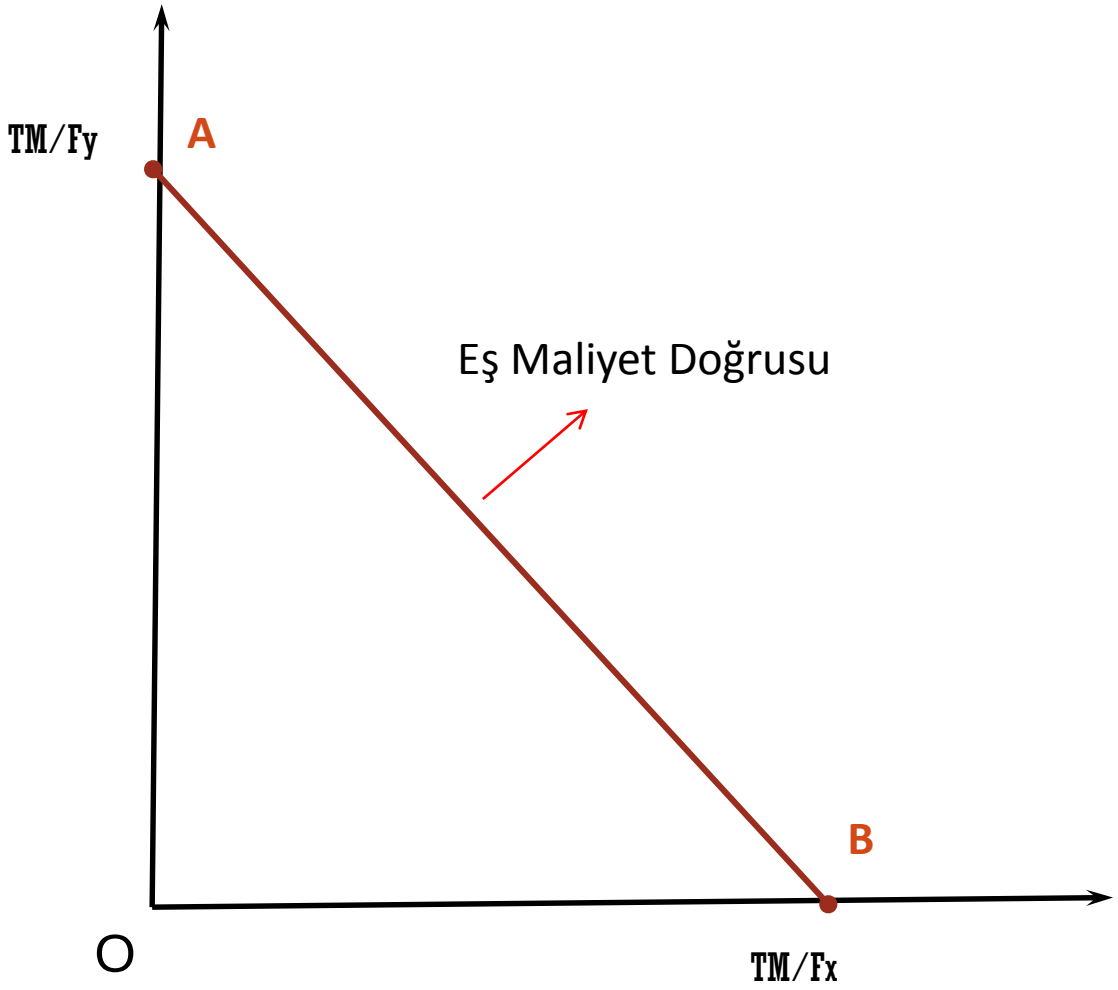
Marjinal Teknik İkame Oranı



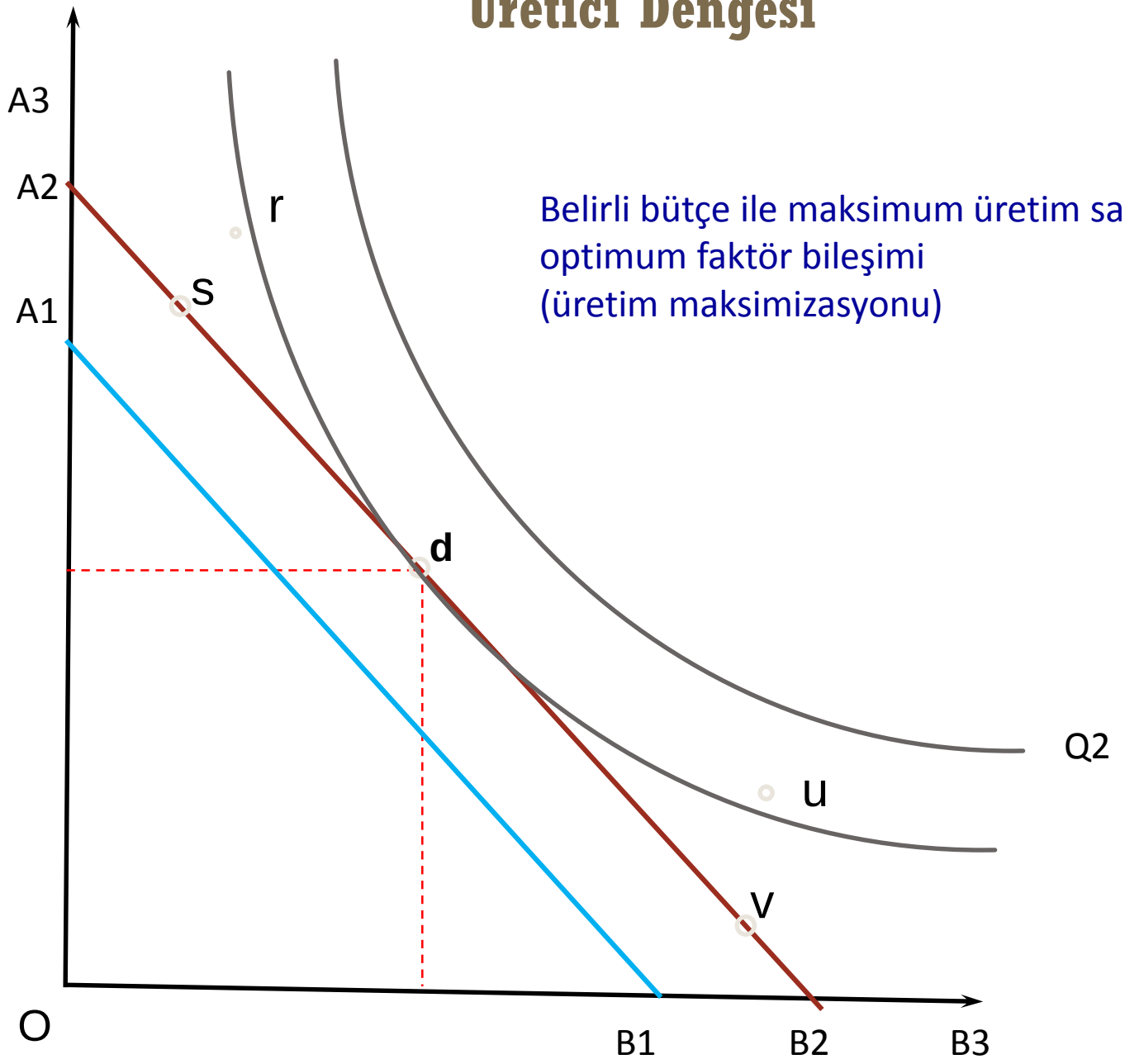
Bir üretim faktörü artarken diğeri azaldığı için ΔY/ΔX değeri negatiftir.

Eş Maliyet Doğrusu

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



Üretici Dengesi

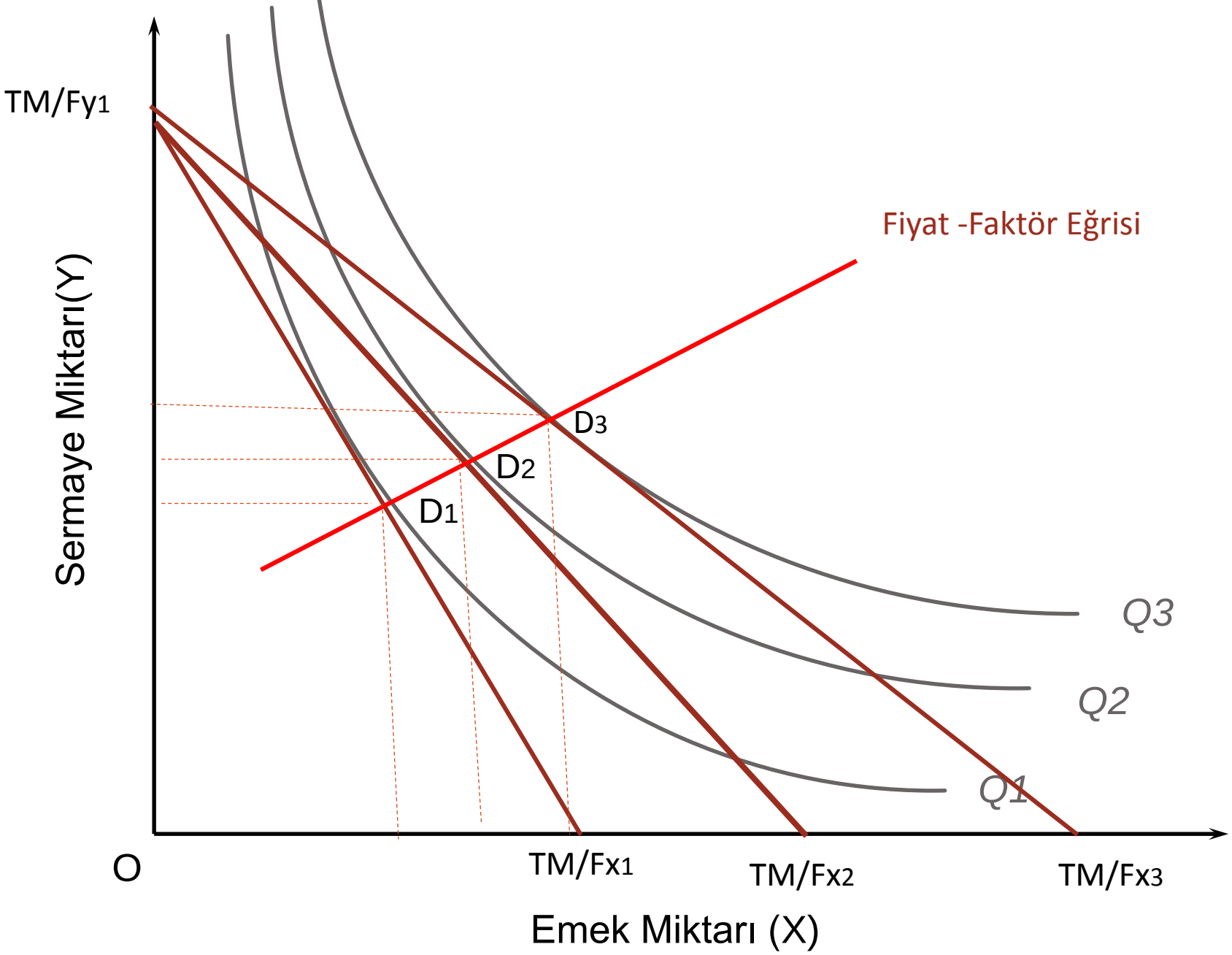


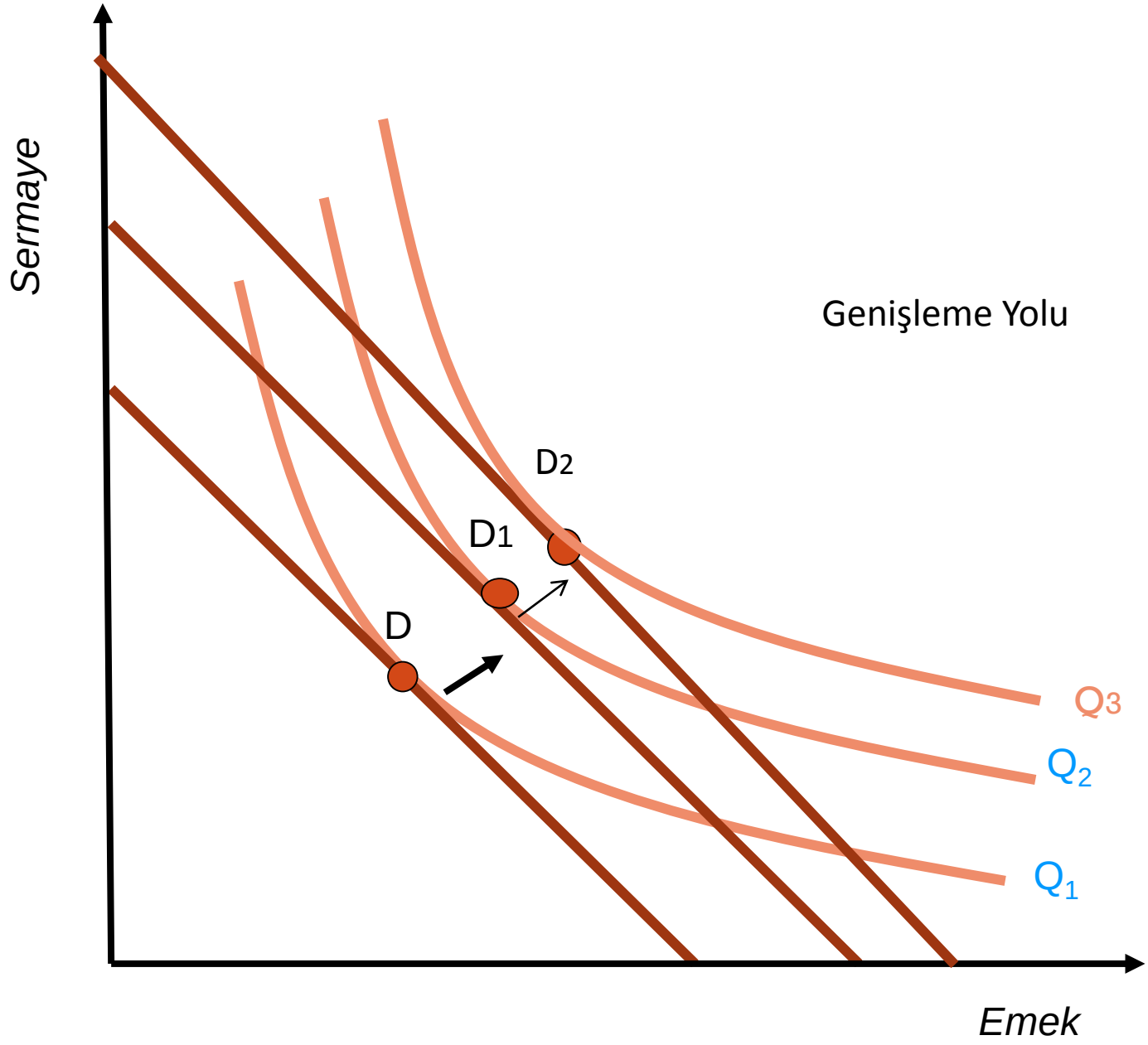
Belirli bütçe ile maksimum üretim sağlayan optimum faktör bileşimi (üretim maksimizasyonu)

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

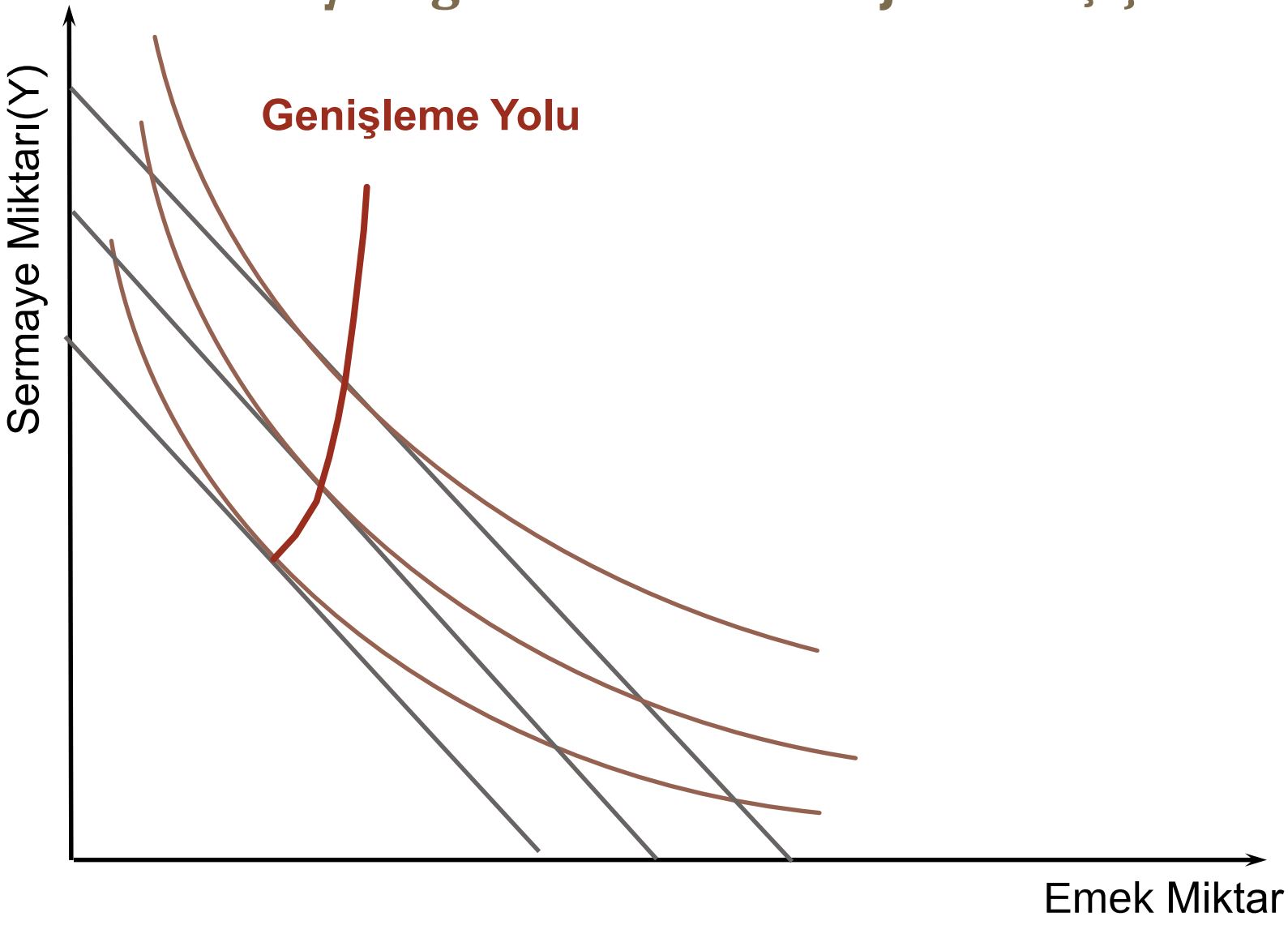



Sermaye
Genişleme Yolu
D2
D1
D
Q3
Q2
Q1
Emek

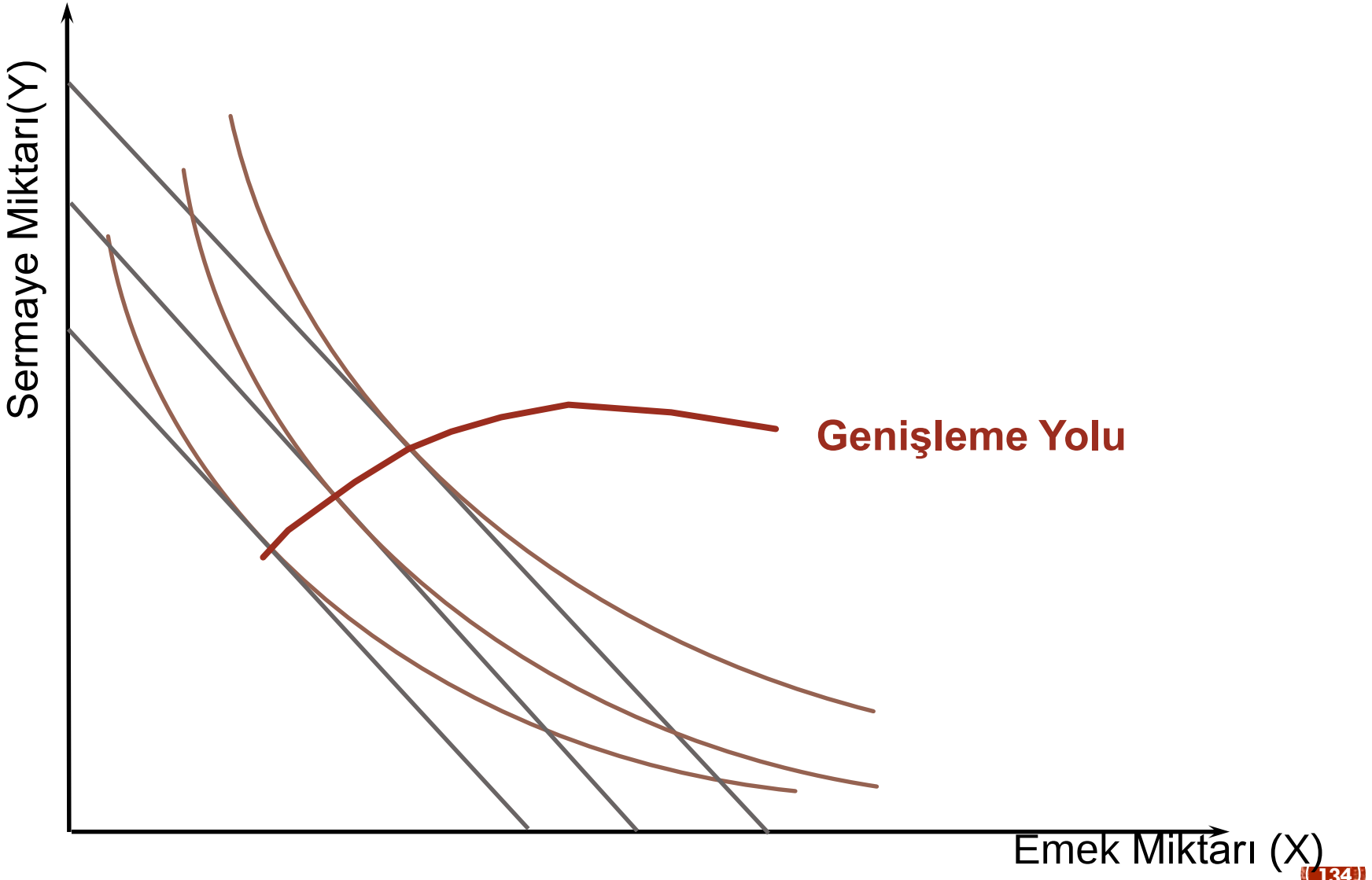
Genişleme Yolu

- 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



MALİYETLER

- ***Açık Maliyetler***: Üretim faktörlerini elde etmek için yapılan gerçek ödemeleri ifade eder. Muhasebeleştirilen maliyetlerdir.
- ***Örtük Maliyetler:*** Gerçekte ödeme yapılmayan, ancak bir alternatiften vazgeçilmesi nedeniyle oluşan maliyetlerdir. Muhasebeleştirilemeyen maliyetlerdir.

MALİYETLER

Muhasebe Kârı = Toplam Hasılat – Açık Maliyetler

Ekonomik Kâr = Toplam Hasılat – Kullanılan Tüm Girdilerin Toplam Fırsat Maliyeti

Ekonomik Kâr = Toplam Hasılat – (Açık + Örtük Maliyetler)

KISA DÖNEM MALİYETLER

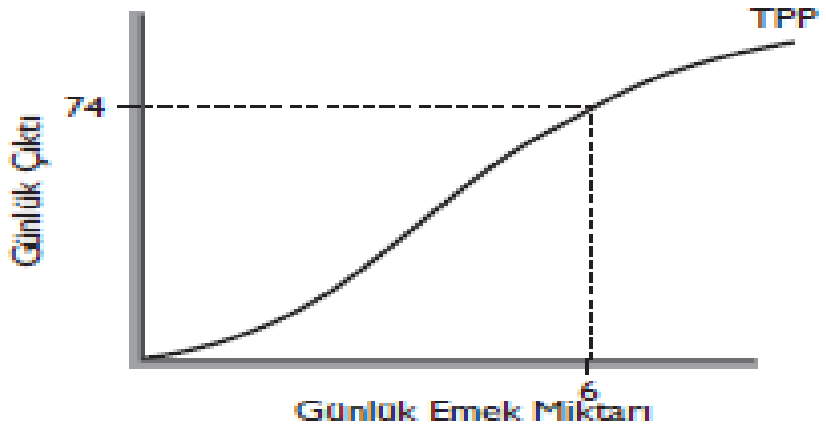
- Bu bölümde emek ve sermaye olmak üzere iki üretim faktörünü değişken kabul edeceğiz.
- Bir firmanın kısa dönemde karşılaşacağı iki temel maliyet türü vardır.
  1. Sabit Maliyetler
  2. Değişken Maliyetler

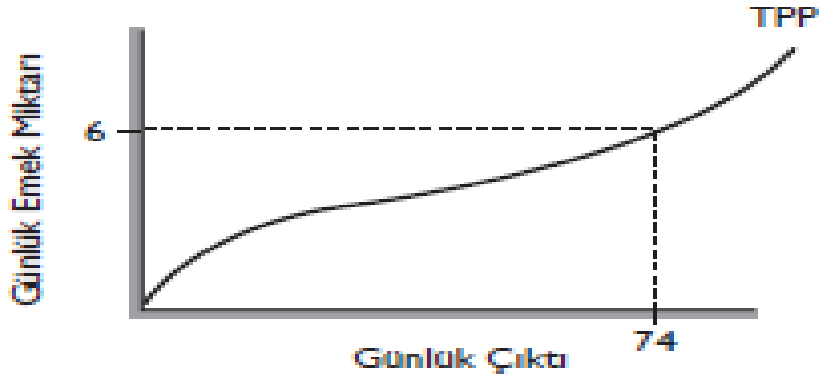
KISA DÖNEM MALİYETLER

- **Sabit Maliyet:** Firmanın hiç ürün üretmese dahi katlanacağı sabit girdilerin maliyetidir, FC harfleri ile gösterilir.
- **Değişken Maliyet:** Üretim miktarı ile değişen maliyetler olup, VC harfleri ile gösterilir.

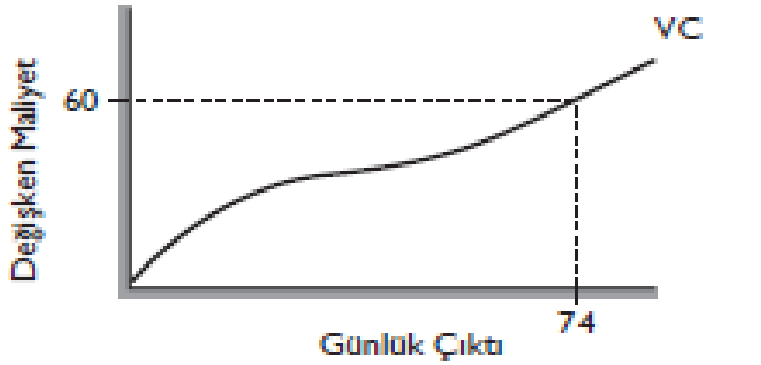
$$VC + FC = TC \longrightarrow \text{Toplam Maliyet}$$

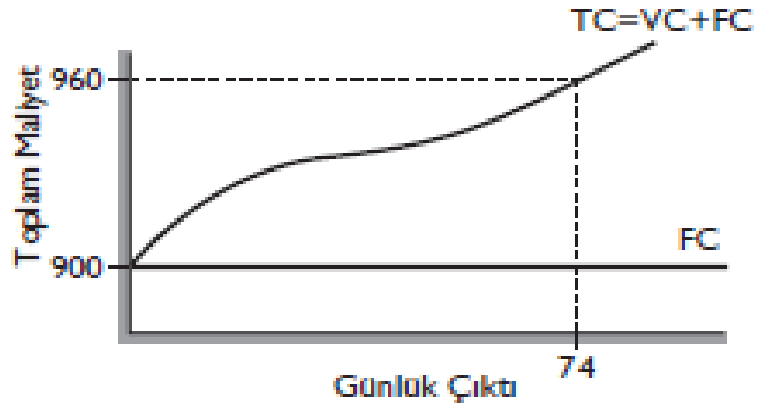
TOPLAM FİZİKİ ÜRÜN VE TOPLAM MALİYET ARASINDAKİ İLİŞKİ



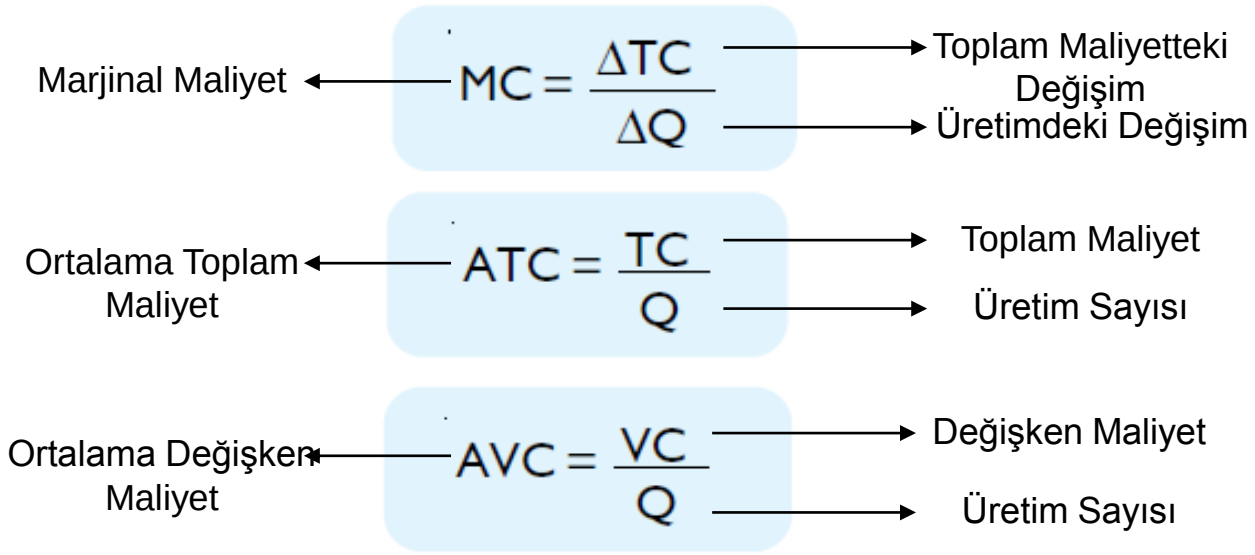


TOPLAM FİZİKİ ÜRÜN VE TOPLAM MALİYET ARASINDAKİ İLİŞKİ





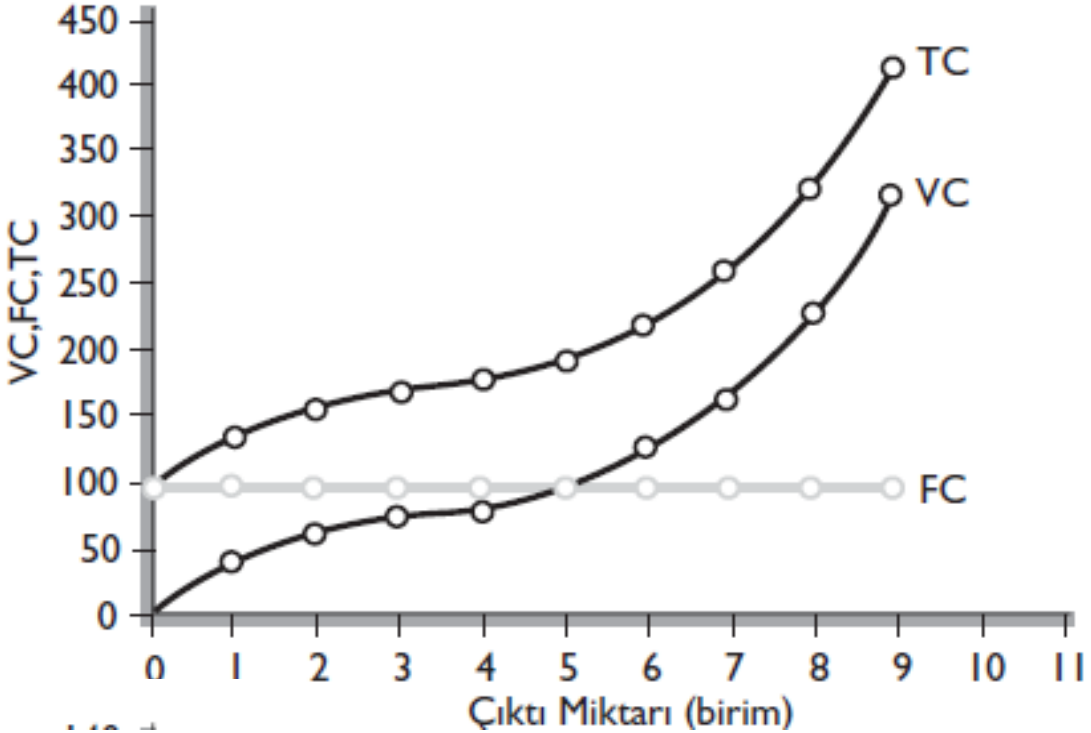
ORTALAMA TOPLAM MALİYET, ORTALAMA DEĞİŞKEN MALİYET VE MARJİNAL MALİYET



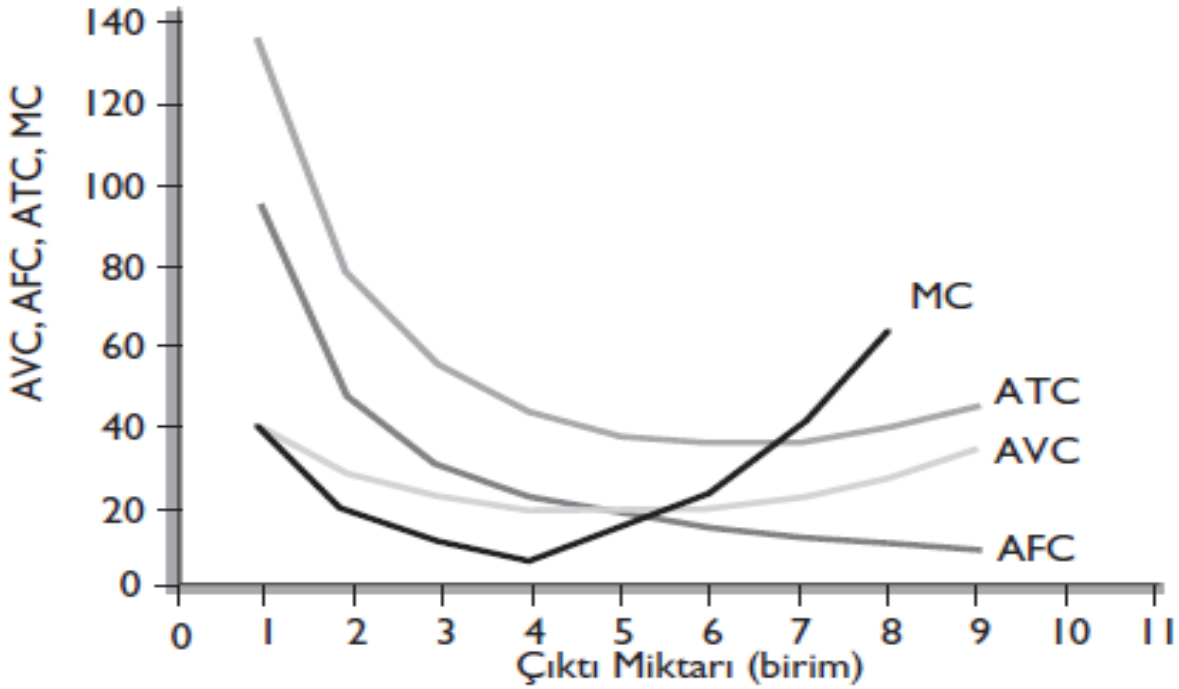
ORTALAMA TOPLAM MALİYET, ORTALAMA DEĞİŞKEN MALİYET VE MARJİNAL MALİYET

Çıktı Miktarı (Birim) Q	Değişken Maliyetler (TL) VC	Sabit Maliyet (TL) FC	Toplam Maliyet (TL) VC+FC=TC	Marjinal Maliyet (TL) MC=ΔTC/ΔQ	Ortalama Değişken Maliyet (TL) AVC=VC/Q	Ortalama Sabit Maliyet (TL) AFC=FC/Q	Ortalama Toplam Maliyet (TL) AVC+AFC=ATC veya ATC=TC/Q
0	0	96	96			∞	∞
1	40	96	136	40	40	96	136
2	60	96	156	20	30	48	78
3	72	96	168	12	24	32	56
4	80	96	176	8	20	24	44
5	96	96	192	16	19	19	38
6	120	96	216	24	20	16	36
7	160	96	256	40	23	14	37
8	224	96	320	64	28	12	40
9	312	96	408	88	35	10	45

ORTALAMA TOPLAM MALİYET, ORTALAMA DEĞİŞKEN MALİYET VE MARJİNAL MALİYET



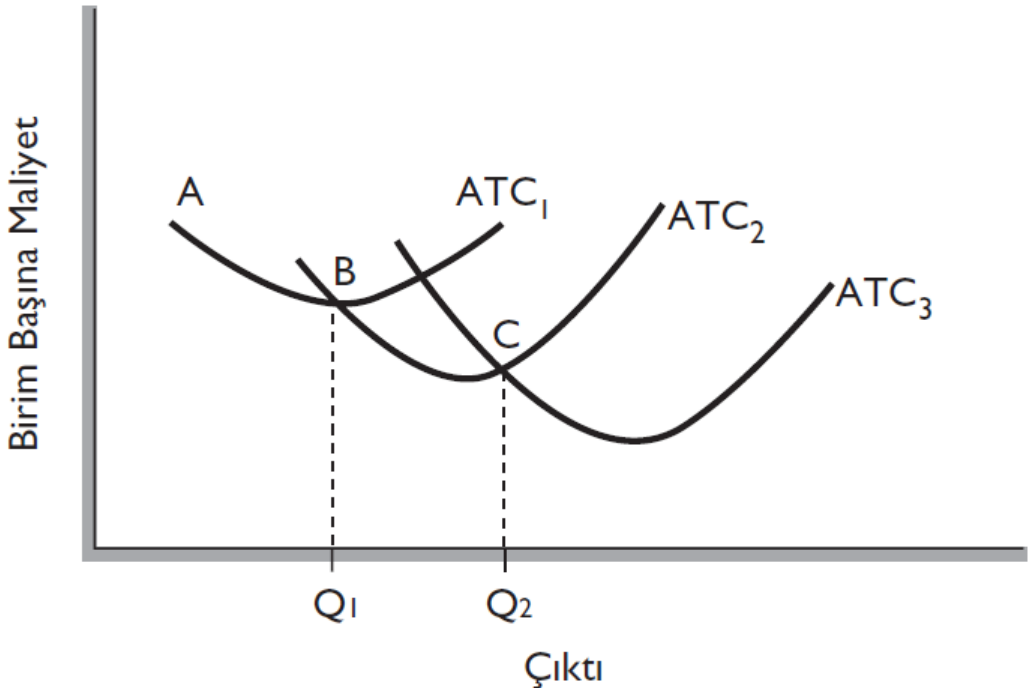
ORTALAMA TOPLAM MALİYET, ORTALAMA DEĞİŞKEN MALİYET VE MARJİNAL MALİYET



UZUN DÖNEM MALİYETLER

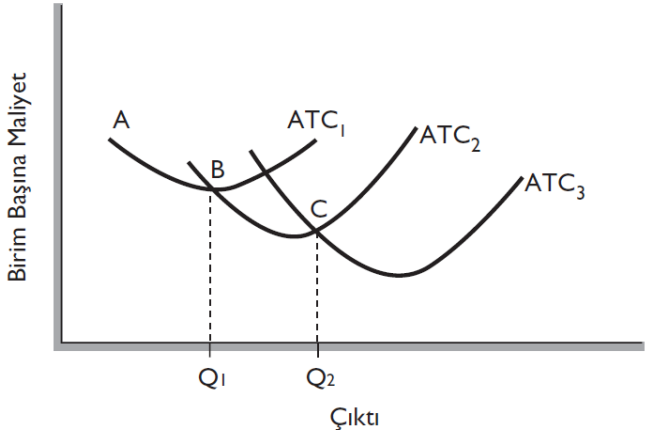
- Uzun dönemde sabit ve değişken maliyet ayrımı yapılmaz, daha doğrusu sabit maliyet kavramı yoktur.
- Bir sonraki slaytta, değişen işletme büyüklüğü ve maliyet eğrilerinde kaymalar incelenecektir.

UZUN DÖNEM MALİYETLER



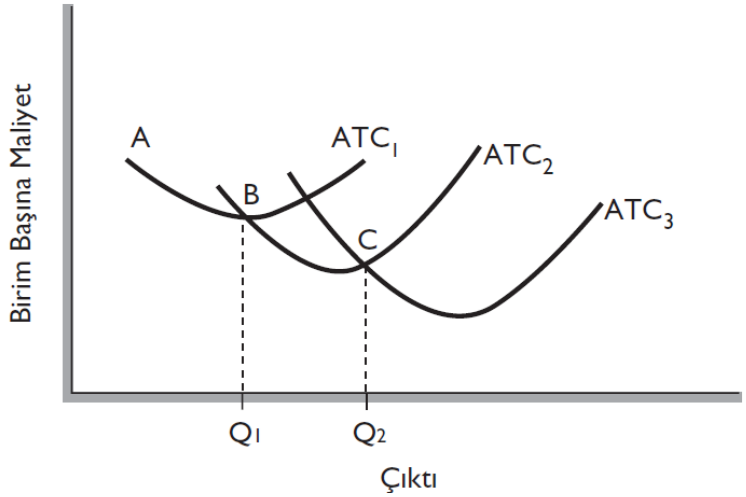
UZUN DÖNEM MALİYETLER

- Grafikte üç ayrı işletme büyüklüğüne ait kısa dönem ATC eğrileri gösterilmektedir.
- Eğer üretim miktarı Q_1'den daha küçük ise, firma en küçük işletme büyüklüğüyle en düşük maliyete sahip olacaktır.



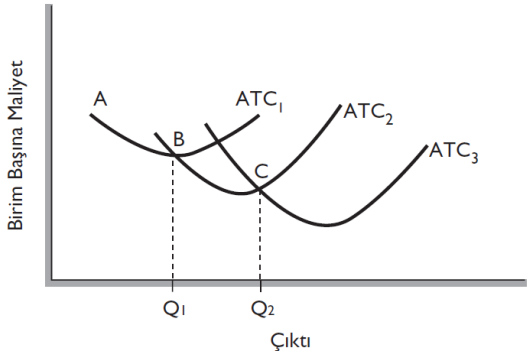
UZUN DÖNEM MALİYETLER

- Eğer üretim miktarı Q_1 ve Q_2 arasındaysa, orta büyüklükte bir işletme en az maliyetle üretimi gerçekleştirecektir.



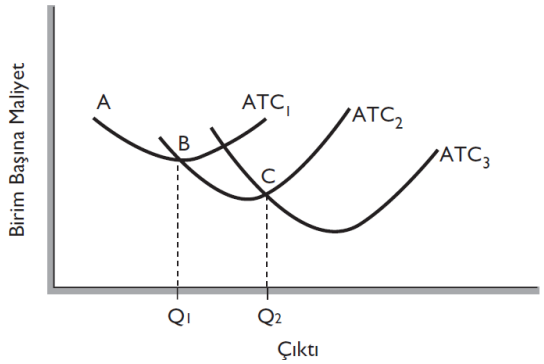
UZUN DÖNEM MALİYETLER

- Q_2'den daha büyük herhangi bir üretim düzeyi için en büyük işletme ölçeği, en az maliyetle üretimi sağlayacaktır.
- Dolayısıyla ATC_3 eğrisi en etkin fabrika ölçüsüdür.



UZUN DÖNEM MALİYETLER

- Ayrıca bu şekil, sabit kabul edilen üretim faktörünün her düzeyi için farklı bir ATC eğrisi çizilmesi gerektiğini gösterir.
- Mevcut teknolojiye göre tercih edilebilecek sabit girdi düzeyi sonsuz sayıdaysa, ATC eğrileri de sonsuz sayıda olacaktır.

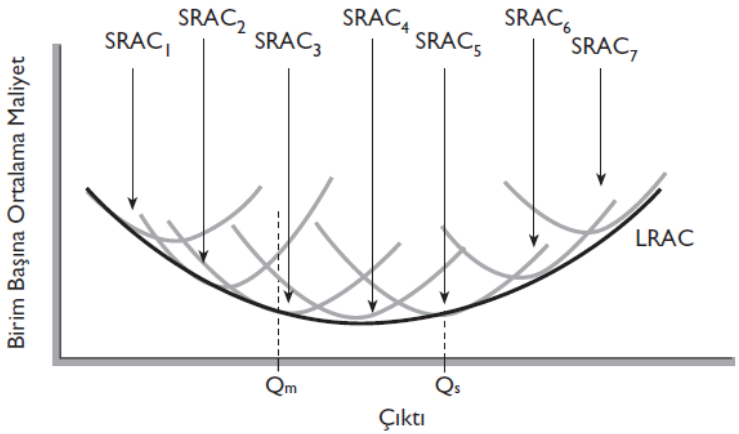


UZUN DÖNEM MALİYETLER

- Uzun dönemde tüm maliyetler ve tüm üretim faktörleri değişebildiği için, uzun dönem değişken maliyet ve uzun dönem toplam maliyet arasında fark yoktur.
- Uzun dönemde, sadece uzun dönem ortalama maliyet vardır ve LRAC biçiminde sembolize edilir.

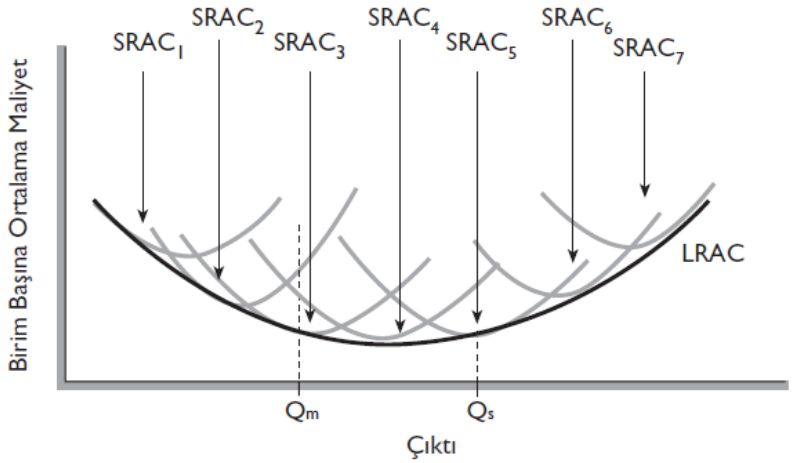
UZUN DÖNEM MALİYETLER

- Faktör fiyatları ve teknoloji sabitken, uzun dönem ortalama maliyetler, tüm üretim faktörlerinin değişmesi sonucunda her bir üretim düzeyi için minimum ortalama maliyetlerden oluşur.



UZUN DÖNEM MALİYETLER

- Aşağıda gösterildiği gibi; uzun dönem maliyet eğrisi kısa dönem maliyet eğrilerini kapsar ve kısa dönem maliyet eğrilerine sadece minimum noktalarında teğettir.

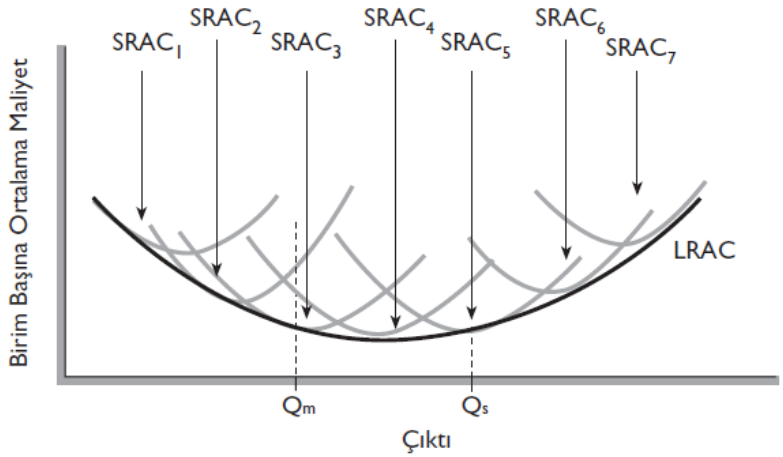


UZUN DÖNEM MALİYETLER

- LRAC ve SRAC'ler U biçimindedir.
- Ancak ikisinin U biçiminde olma nedeni farklıdır.
- Kısa dönem ortalama maliyet eğrisi, artan ve azalan marjinal verimler kanunu nedeniyle U biçimindedir.
- Buna karşın uzun dönemde bu kanun geçerli değildir.

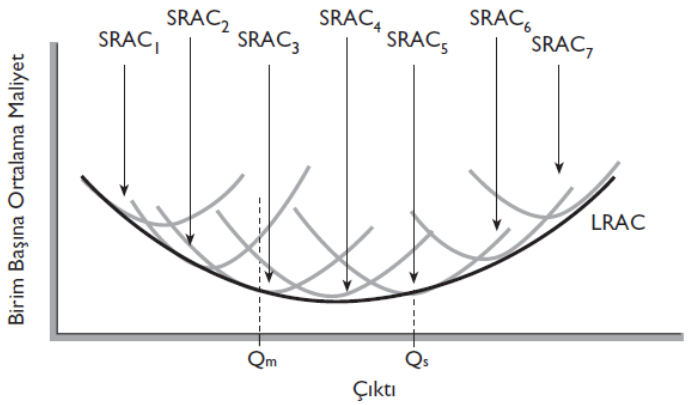
UZUN DÖNEM MALİYETLER

- Çünkü, uzun dönemde tüm üretim faktörleri değişkendir. Azalan marjinal verimler kanununun geçerli olabilmesi için üretim faktörlerinden en az birinin sabit olması gerekir.



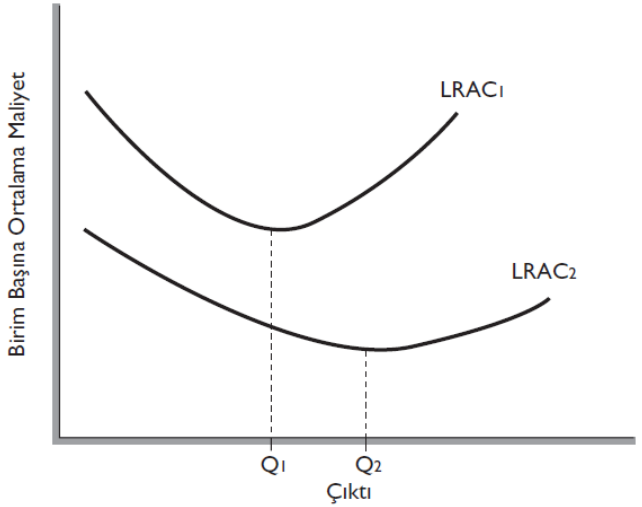
UZUN DÖNEM MALİYETLER

- Uzun dönemde ortalama maliyet eğrisinin U biçiminde olmasının nedeni ise, firmaların önce ölçeğe göre artan, daha sonra sırasıyla ölçeğe göre sabit ve azalan ölçek ekonomileriyle çalışmalarıdır.



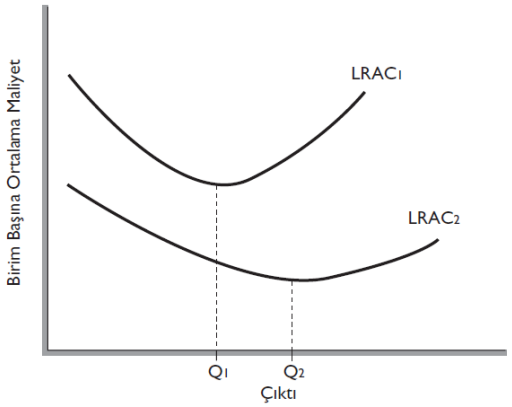
MALİYET EĞRİLERİNDEKİ KAYMALAR

- Teknolojik ilerleme ve girdi fiyatlarının düşmesi uzun dönem ortalama maliyet eğrisini aşağı kaydırır.



MALİYET EĞRİLERİNDEKİ KAYMALAR

- Etkin çıktı düzeyi de artacaktır.
- Girdi fiyatlarında artış yaşanırsa eğriler ters yönde kayar.
- ($LRAC_2$ $LRAC_1$) , (Q_2 Q_1)



TÜKETİCİ VE ÜRETİCİ RANTI

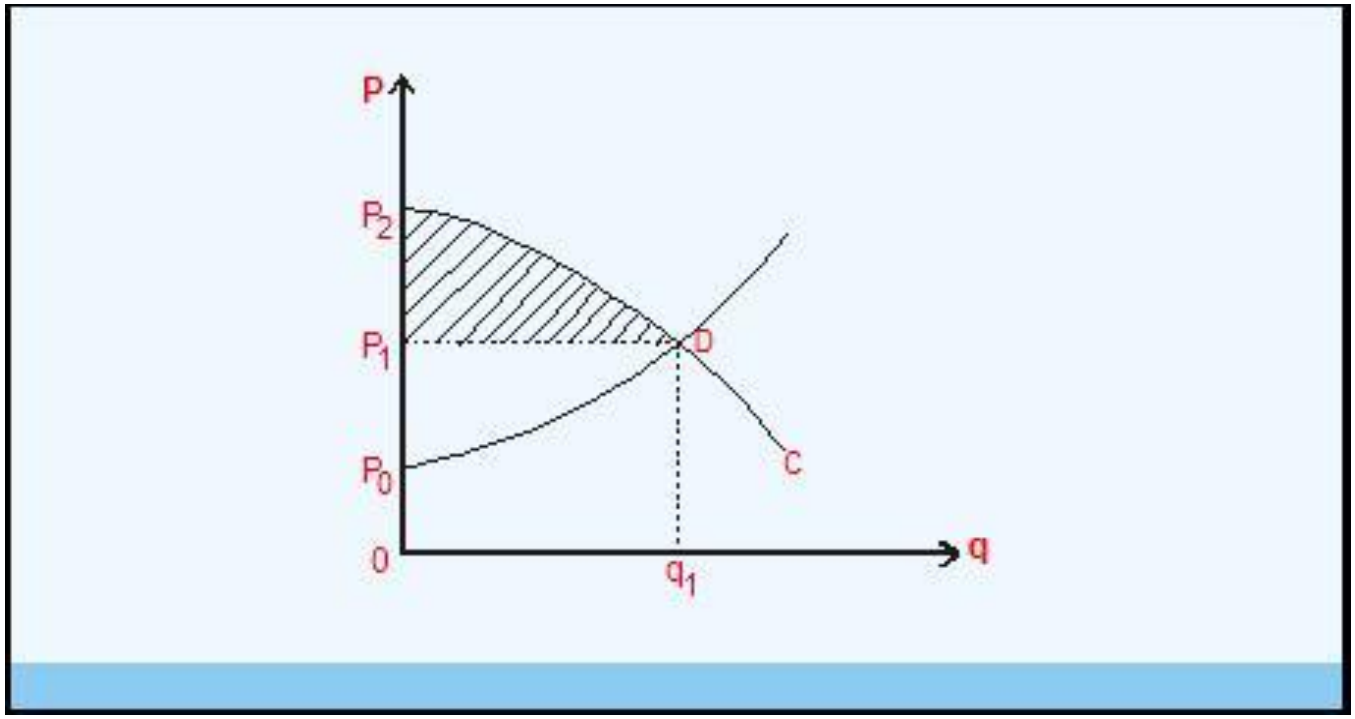
Bölüm konuları

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

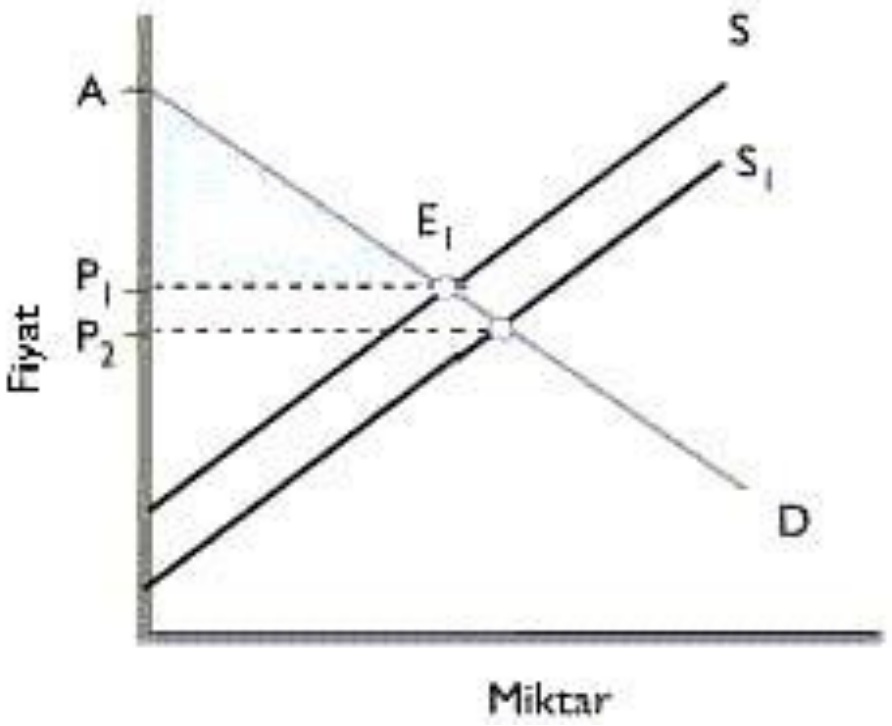
Bazı alıcılar bir malı denge fiyatının üzerinde almaya razı olabilir. Böylece malı almayı düşündükleri fiyattan ucuza alarak sübjektif bir avantaj sağlarlar. Denge koşulunda piyasada oluşan fiyat ile tüketicinin zihnindeki fiktif fiyat arasındaki farktan doğan avantaja tüketici rantı denir.

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.

tüketici rantı

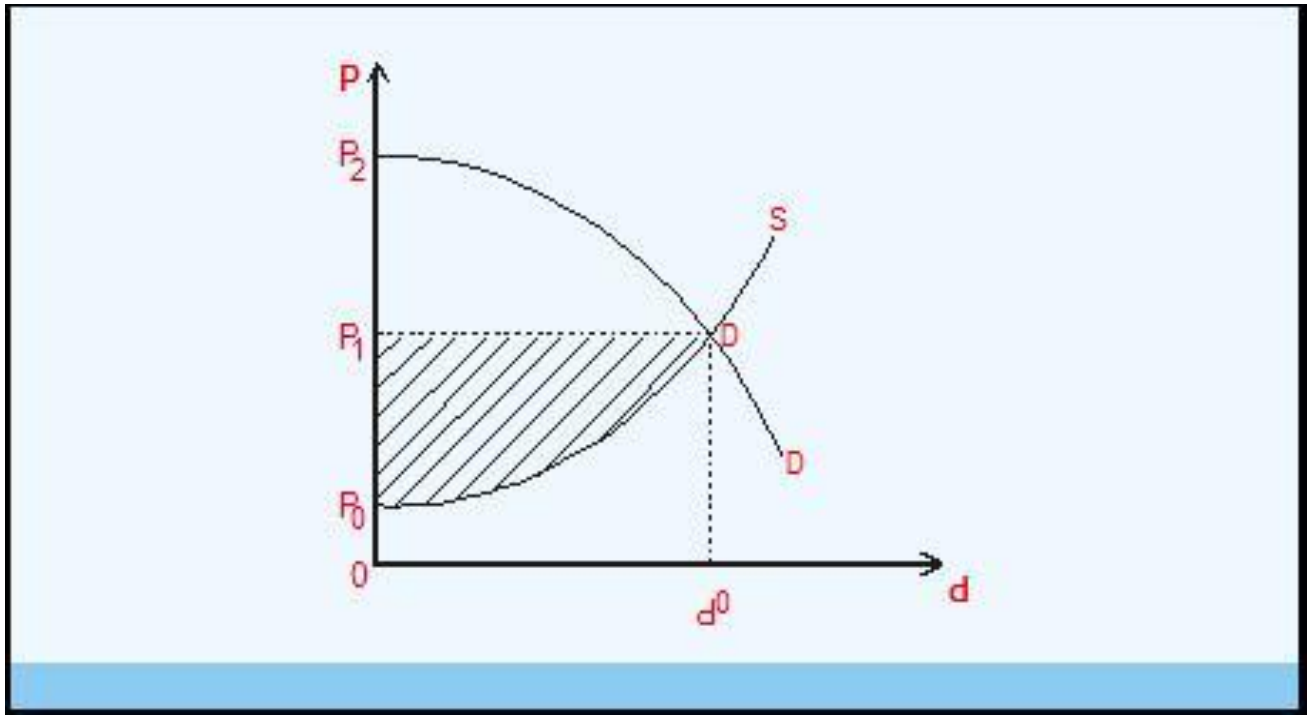


Tüketici Rantının Değişmesi

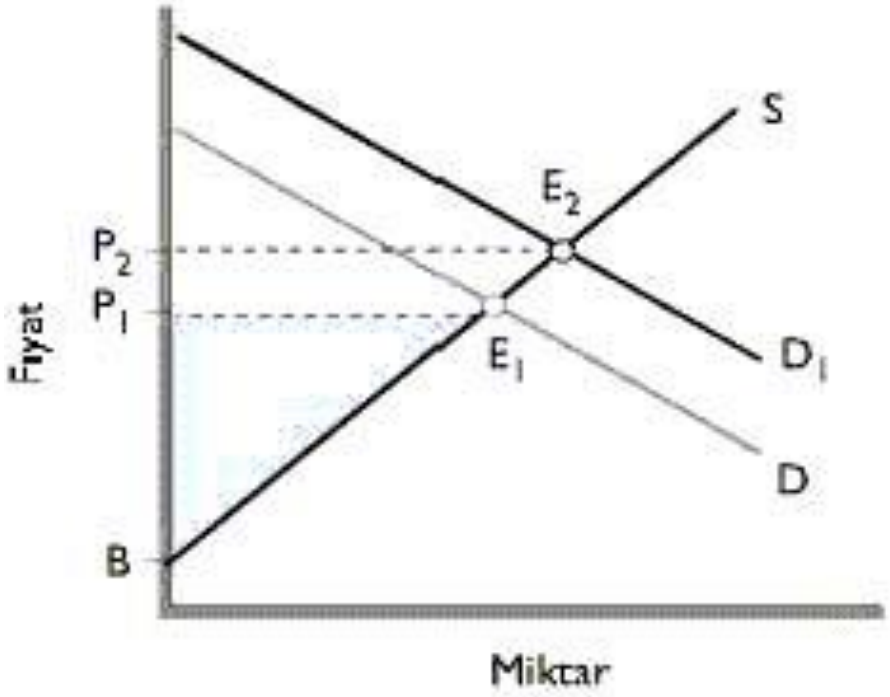


- Denge fiyatının azalması tüketici rantını büyütecektir. Çünkü bir taraftan mevcut miktar için tüketiciler daha az öderken, diğer taraftan bu düşük fiyattan yeni tüketiciler piyasaya girecektir. Söz konusu rantın öncekine daha büyük olması ekonomide refah düzeyinin arttığını yansıtır.
- Devletin piyasaya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

üretici rantı



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.

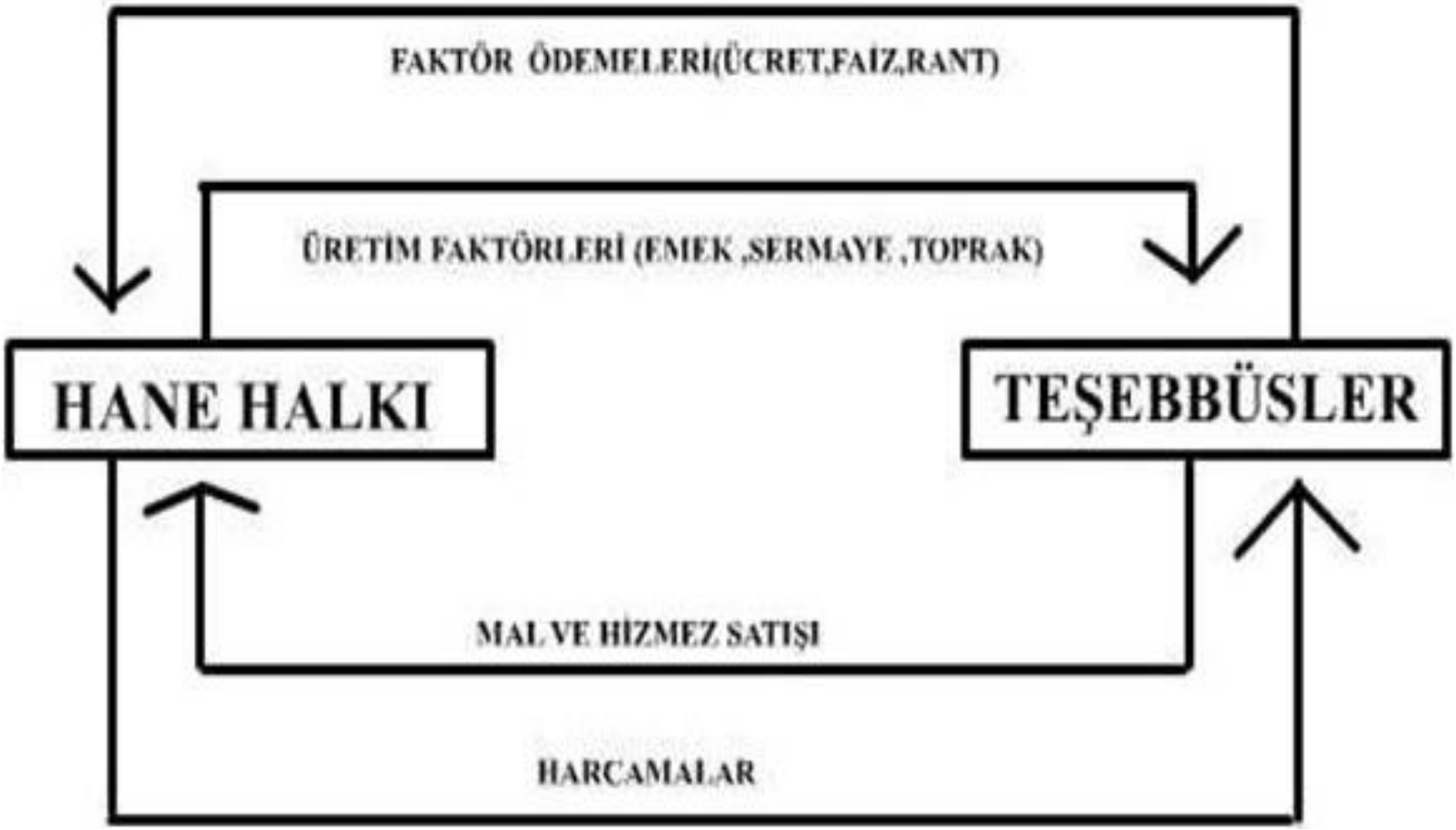
- Birinci anlamında faiz, bir borç anlaşması ve onun satışı ile ilgili getiriyi nitelemek için kullanılır.
- Faizin ikinci anlamı ise, üretimde girdi olarak kullanılan sermayenin getiri oranı olmasıdır.

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



MAKROEKONOMİ

- Makroekonomi bir ülkenin ekonomisini bir bütün olarak inceler.
- Makroekonomik göstergeler
  - Milli gelir
    - Gayri safi yurtiçi hasıla(GSYH)
    - Gayri safi milli hasıla (GSMH)
  - Kişi başına düşen milli gelir
  - Enflasyon oranı
  - İşsizlik oranı
  - Gelir dağılımı

MİLLİ GELİR

- Üretim sonucunda ortaya çıkan toplam gelir
- Milli gelir ile ilgili kavramlar
  - Gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH)
  - Gayri safi milli hasıla (GSMH)
- GSYH: Bir ülke sınırları içinde belli bir zaman diliminde üretilen nihai mal ve hizmetlerin toplam değeridir
  - Zaman dilimi genellikle ay, 3 ay veya yıldır.
  - GSYH hesaplanırken nihai mal ve hizmetlerin toplam değeri bulunur.
- Nihai mal ve hizmetler: Başka mal veya hizmetin üretiminde kullanılmayan, doğrudan tüketilen mal ve hizmetlerdir

GAYRİ SAFİ YURTİÇİ HASILA

$$GSYH = \sum_{i=1}^{n} P_i Q_i$$

- P_i: i. mal veya hizmetin piyasa fiyatı
- Q_i: i. mal veya hizmetin miktarı
- Ekonomide nihai ve ara mal ayrımı kesin olarak yapılamadığından hesaplamalarda katma değerler dikkate alınır
- Katma Değer: Ürünün her bir aşamasında ürüne ilave edilen değerdir
- Bir ekmek için katma değerler aşağıdaki gibi hesaplanır

Ara mal	Fiyat (YTL)	Katma değer (YTL)
Buğday	0,10	0,10
Un	0,20	0,10
Ekmek	0,35	0,15

NOMİNAL VE REEL GSYH

- **Nominal GSYH (Cari fiyatlarla GSYH):** Bir ülke sınırları içerisinde belli bir zaman içinde, üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin içinde bulunulan fiyatları dikkate alınarak hesaplanan değeridir.
- **Reel GSYH (Sabit fiyatlarla GSYH):** Herhangi bir yılda üretilen nihai mal ve hizmetlerin, sabit bir yılın (baz yılın) fiyatları dikkate alınarak hesaplanan değerine denir.
  - Fiyatlar sabit olduğu için enflasyon etkisi ortadan kalkar

GAYRİ SAFİ YURTİÇİ HASILA

Gayri Safi Yurtiçi Hasıla Sonuçları

Yıllar	Cari fiyatlarla GSYH (Milyon TL)	Gelişme hızı %	Cari fiyatlarla GSYH (Milyon $)	Gelişme hızı %	Sabit fiyatlarla GSYH (Milyon TL)	Gelişme hızı %
1998	70.203	-	270.947	-	70.203	-
1999	104.596	49,0	247.544	-8,6	67.841	-3,4
2000	166.658	59,3	265.384	7,2	72.436	6,8
2001	240.224	44,1	196.736	-25,9	68.309	-5,7
2002	350.476	45,9	230.494	17,2	72.520	6,2
2003	454.781	29,8	304.901	32,3	76.338	5,3
2004	559.033	22,9	390.387	28,0	83.486	9,4
2005	648.932	16,1	481.497	23,3	90.500	8,4
2006	758.391	16,9	526.429	9,3	96.738	6,9
2007	843.178	11,2	648.625	23,2	101.255	4,7
2008	950.534	12,7	742.094	14,4	101.922	0,7
2009*	952 559	0,2	616.703	-16,9	97.003	-4,8
2010	1 105 101	16,0	735 828	19,3	105 680	8,9

Kaynak: TÜİK **güncellenmiştir*

- 2010 yılında Türkiye 735,828 milyar dolar GSYH'sı ile 30 OECD ülkesi arasında 16. büyük ekonomi haline gelmiştir.
- 2010 yılı gayri safi yurtiçi hasıla değeri cari fiyatlarla %16'lık artışla 1.105.101 milyon TL, sabit fiyatlarla % 8,9'luk artışla 105.680 milyon TL olmuştur.
- 2010 yılında kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değeri cari fiyatlarla 15.138 TL, ABD doları cinsinden 10.079 dolar olarak hesaplanmıştır.

- TÜİK 8 Mart 2008'de yeni GSYH serisini açıklamıştır. 1968 yılı BM hesap sistemine (UN system of accounts) dayanan eski hesaplama yöntemleri kayıt dışı ekonominin tam olarak saptanmasına olanak sağlamıyordu. Yeni sistem ise, Avrupa hesap sistemi (ESA-95) ile uyumlu olup, konut ve sanayi sektörlerine ilişkin daha kapsamlı içerik sağlamaktadır.
- 2006 yılında üretim yöntemiyle hesaplanan GSYH hesaplamalarında 1987 temel yılından 1998 temel yılına geçilmesi GSYH'nin cari fiyatlarla %31,6 artmasına yol açmıştır.


Kişi Başına GSYİH (USD) 2002-2010
Kişi Başına GSYH (USD)
10.000
8.000
6.000
4.000
2.000
0
3.492
4.559
5.764
7.021
7.583
9.234
10.440
8.578
10.079
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010

GAYRİ SAFİ MİLLİ HASILA (GSMH)

- GSMH: Bir ülkenin vatandaşlarının belli bir dönemde yarattıkları toplam gelire denir.
- GSMH hesaplanırken GSYH'ya yurtdışındaki vatandaşlarımızdan elde edilen gelirler ilave edilir ve yurtiçindeki yabancıların yurtdışına çıkardıkları gelirler çıkarılır
- GSMH=GSYH+Net dış dünya gelirleri
- Net dış dünya gelirleri=Dışarıdan gelen gelirler-dışarıya giden gelirler

Rank	Country	GDP (millions of USD)
—	***World***	**62,220,000**
—	***European Union***	15,900,000
1	**United States**	14,620,000
2	**People's Republic of China**	5,745,000
3	**Japan**	5,391,000
4	**Germany**	3,306,000
5	**France**	2,555,000
6	**United Kingdom**	2,259,000
7	**Italy**	2,037,000
8	**Brazil**	2,024,000
9	**Canada**	1,564,000
10	**Russia**	1,477,000
11	**India**	1,430,000
12	**Spain**	1,375,000
13	**Australia**	1,220,000
14	**Mexico**	1,004,000
15	**South Korea**	986,300
16	**Netherlands**	770,300
17	**Turkey**	729,100
18	**Indonesia**	695,100
19	**Switzerland**	522,400
20	**Belgium**	461,300

2010 yılı verilerine göre ülkelerin GSYH

2010 List by the CIA World Factbook

Field listing - GDP (official exchange rate),

SATIN ALMA GÜCÜ PARİTESİNE GÖRE MİLLİ GELİR

- Satın alma gücü paritesi (SAGP): ülkeler arasındaki fiyat düzeyi farklılaşmasını ortadan kaldıran para birimi dönüştürme oranıdır.
- Ülkelerdeki fiyat farklılıklarını ortadan kaldırdığı için daha gerçekçi bir göstergedir

SATIN ALMA PARİTESİNE GÖRE GSYH

Rank	Country	GDP (PPP) $Million
—	*World*	74,430,000
—	*European Union*	14,900,000
1	United States	14,720,000
2	People's Republic of China	9,872,000
3	Japan	4,338,000
4	India	4,046,000
5	Germany	2,960,000
6	Russia	2,229,000
7	Brazil	2,194,000
8	United Kingdom	2,189,000
9	France	2,160,000
10	Italy	1,782,000
11	Mexico	1,560,000
12	South Korea	1,467,000
13	Spain	1,374,000
14	Canada	1,335,000
15	Indonesia	1,033,000
16	Turkey	958,300
17	Australia	889,600
18	Iran	863,500
19	Republic of China (Taiwan)	807,200
20	Poland	721,700



GSYH HESAPLAMA YÖNTEMLERİ

- Toplam üretim=Toplam gelir=Toplam harcama
- Üretim yöntemi
- Gelir yöntemi
- Harcama yöntemi

ÜRETİM YÖNTEMİNE GÖRE GSYH

- Üretim yöntemine göre GSYH hesaplanırken sektörel bazda yaratılan katma değerler toplanır.

ÜRETİM YÖNTEMİNE GÖRE GSYH

2004 yılı için GSYH (Milyar YTL)

	Sektörler	Katma Değer	Sektör Payı
1.	Tarım	48,395	11,3
2.	Sanayi	107,1	25
3.	İnşaat	15,4	3,6
4.	Ticaret	88,7	20,7
5.	Ulaştırma ve haberleşme	62	14,5
6.	Mali kuruluşlar	21,6	5
7.	Konut sahipliği	18,4	4,3
8.	Serbest meslek ve hizmetler	14,9	3,5
9.	İzafi banka hizmetleri (eksi)	-10,8	-2,5
10.	Sektörler toplamı (1-9)	365,6	85,2
11.	Devlet hizmetleri	42,5	9,9
12.	Kâr amacı olmayan özel hizmet kuruluşları	3,5	0,8
13.	Toplam (10+11+12)	411,7	96
14.	İthalat vergisi	18,8	4,4
15.	GSYH (alıcı fiyatlarıyla) (13+14)	430,5	100,4
16.	Dış alem net faktör gelirleri	-1,6	-0,4
	Dış alemden gelen	10	2,3
	Dış aleme giden (eksi)	-11,6	-2,7
17.	GSMH (alıcı fiyatlarıyla) (15+16)	428,9	100



GELİR YÖNTEMİ

- Toplam Faktör Gelirleri (TFG)= Ücret + Kira +Faiz + Kâr

- GSYH=TFG+Dolaylı vergiler-Sübvansiyonlar+Amortismanlar

- **Dolaylı Vergiler:** Yurt içi üretim ve ithalattan alınan vergiler, üretici birimlerin üretim faaliyetleriyle ilgili olarak devlete yaptıkları zorunlu ve karşılıksız ödemelerdir.

- **Sübvansiyonlar:** Sübvansiyonlar, izlenen ekonomik ve sosyal politikalar gereğince devlet tarafından ülkede yerleşik kamu ve özel üretici birimlere yapılan karşılıksız ödemelerdir.

- **Amortismanlar(Sabit Sermaye Tüketimi):** Üreticilerin sahip olduğu ve üretim sürecinde kullanılan sabit sermayenin değerinde, fiziki yıpranma sonucu meydana gelen azalmadır.

HARCAMA YÖNTEMİ

- **Tüketim harcaması (C):** Hane halkının bir yıl içinde tüketim mallarına yaptığı toplam harcama miktarına denir.
- **Kamu harcaması (G):** Devletin üretimi arttırmak için yaptığı her türlü harcamaların toplamına kamu harcaması denir.
- **Yatırım Harcaması (I):** Firmaların bir yıl içinde genel olarak sermaye mallarını satın almak için yaptıkları toplam harcamaya denir. Yatırım harcaması sadece sermaye mallarının alımları ile sınırlı değildir. Yıl içinde üretilen satılmayarak nihai mal stokları da yatırım harcamasına ilave edilir.
- **Net ihracat harcaması (X-M):** İhracat geliri ile ithalat gideri arasındaki farka net ihracat harcaması (veya dış ticaret dengesi) denir.
- GSYH=C +G + I+(X-M)

KİŞİ BAŞINA DÜŞEN MİLLİ GELİR (KBMG)

- GSYH'nın toplam nüfusu bölünmesi sonucunda bulunan ortalama değere denir

$$KBMG = \frac{\text{Nominal GSYH}}{\text{Toplam nüfus}}$$

KBYG ve GSYH (2007)

	Ülkeler	KBYG	GSYH
1	ABD	45490	13770,3
2	Japonya	33668	4302,1
3	Çin	2310	3051,2
4	Almanya	37476	3080,6
5	İngiltere	43735	2660,7
6	Fransa	37899	2401,4
7	İtalya	34120	1993,7
8	İspanya	30289	1359,1
9	Rusya	8209	1166,6
10	Kanada	38382	1266,4
11	Brezilya	6220	1177,7
12	Hindistan	871	984,2
13	G. Kore	19485	943
14	Meksika	8530	897,3
15	Avustralya	39320	822,1
16	Hollanda	43386	720,9
17	Türkiye	5882	432,5
18	Endonezya	1812	407,5
19	İsveç	46400	423,6
20	Belçika	39798	423,5

Satın alma gücü paritesine göre KBYG ve GSYH (2007)

	Ülkeler	KBYG	GSYH
1	ABD	45176	13675,1
2	Çin	8486	11206,8
3	Hindistan	4031	4555,3
4	Japonya	34011	4346
5	Almanya	32179	2645,1
6	İngiltere	36568	2224,6
7	Fransa	31873	2019,6
8	Rusya	13210	1877,2
9	İtalya	31694	1852
10	Brezilya	9531	1804,6
11	İspanya	28445	1276,4
12	Meksika	11761	1237,3
13	G. Kore	25403	1229,3
14	Kanada	36821	1214,9
15	Endonezya	4616	1038,3
16	Tayvan	31692	734,7
17	Türkiye	9629	708,1
18	Avustralya	34359	718,4
19	Arjantin	17062	671,5
20	İran	9075	643,9

MİLLİ GELİRİN HESAPLANMASINDA YAŞANAN SORUNLAR

- Malların kalitelerindeki iyileştirmeler
- Ev halkının kendisi için yaptığı üretimler
- Kayıt dışı üretim faaliyetleri

EKONOMİK BÜYÜME

- Ekonomik büyüme ekonominin üretim kapasitesinin arttırılarak daha fazla mal ve hizmet üretilmesidir.
- Ekonomik büyüme hesaplanırken Reel GSMH veya reel GSYH meydana gelen değişim bulunur.

BÜYÜME HIZI

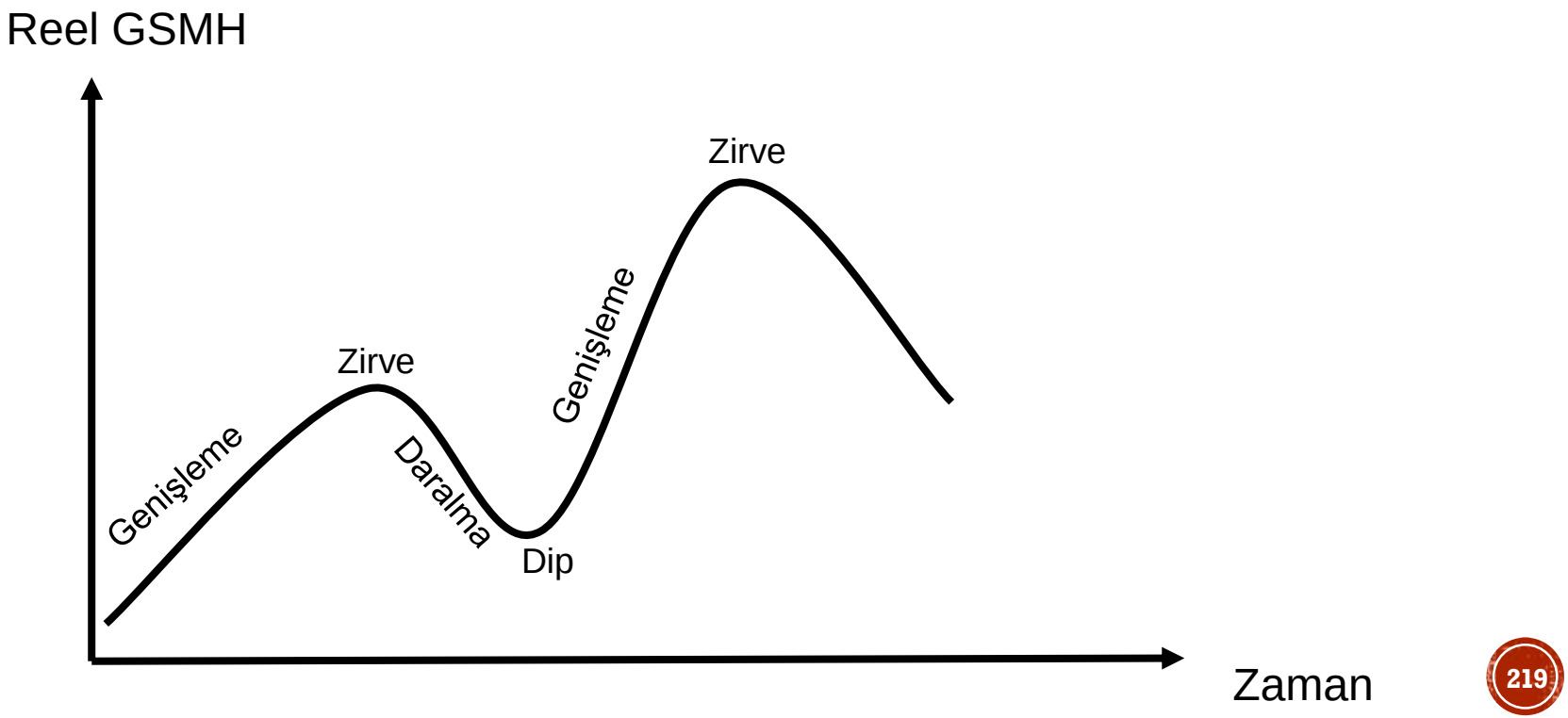
- Bir önceki yıla göre reel GSYH meydana gelen artış oranına büyüme hızı denir.

$$g_t = \frac{\Delta Y}{Y} = \frac{Y_t - Y_{t-1}}{Y_{t-1}}$$

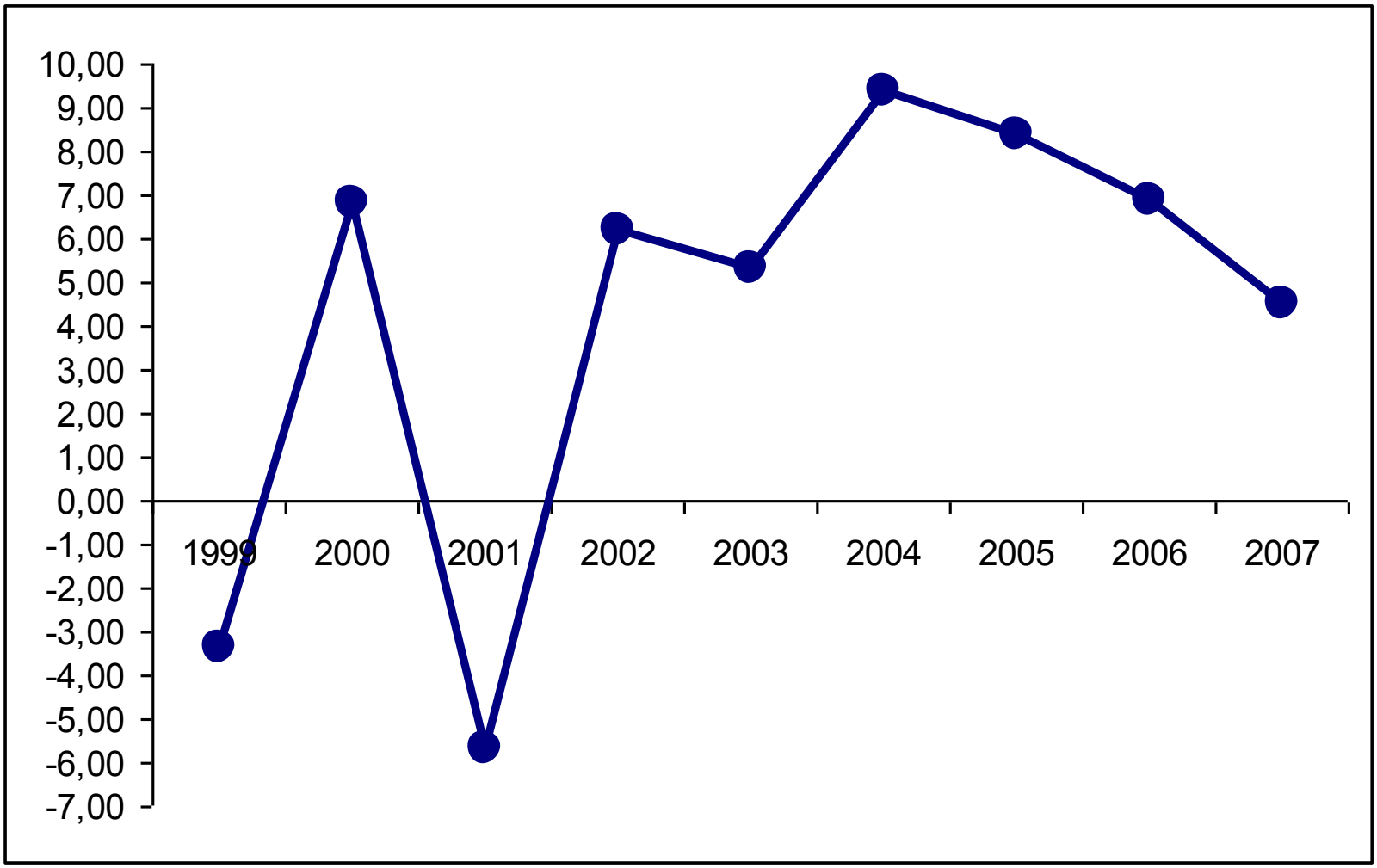
- Y_t: t yılındaki reel GSYH
- Kişi başına düşen milli gelirdeki büyüme hızı

EKONOMİK DALGALANMA

- Ekonomilerde belli dönemlerde büyüme belli dönemlerde küçülme meydana gelir. Bu dalgalanmalara konjektürel dalgalanmalar denir. Dalgalanmalar genişleme ve daralma şeklinde devam eder
- Genişleme döneminde talep artar, buna bağlı olarak üretim ve istihdam artar, daralma döneminde ise tam tersi bir süreç yaşanır



BÜYÜME HIZI


10,00
9,00
8,00
7,00
6,00
5,00
4,00
3,00
2,00
1,00
0,00
-1,00
-2,00
-3,00
-4,00
-5,00
-6,00
-7,00
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007

ENFLASYON

- Tanım: Bir ekonomide fiyatlar genel seviyesinin sürekli olarak artmasına enflasyon denir.
- Sebeplerine göre enflasyon üçe ayrılır:
  - Talep enflasyonu
  - Maliyet enflasyonu
  - Enflasyon beklentisi

ENFLASYONUN EKONOMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

- Enflasyonun gelir dağılımı üzerindeki etkisi
  - Sabit gelirli kesimin, gelirlerindeki artış oranları enflasyon oranının altındadır
  - Serbest meslek sahiplerinin gelirlerin artış oranları enflasyon oranının üzerindedir.
- Enflasyonun büyüme üzerindeki etkisi
  - Enflasyonun yüksek olması durumunda kredi faiz oranları da yüksek olur. Bu durumda yatırımlar azalır.
  - Enflasyonun yüksek olması durumunda yatırım yapmak risklidir.
  - Enflasyonun yüksek olması durumunda tüketiciler tasarruf yapmaktan vazgeçerek gelirinin tamamını harcama eğiliminde olurlar.
- Enflasyonun dış ticaret üzerindeki etkisi
  - Yurtiçinde fiyatların sürekli artması ithalatın artmasına neden olur. Bu durum dış ticaret ve cari işlemler dengesindeki açıklara neden olabilir.
  - Cari işlemler açığını kapatmak için borç alınması durumunda dış borç stoku artmaktadır
- Enflasyonun kaynak tahsisi üzerindeki etkisi
  - Enflasyonun yüksek olması durumunda eldeki kaynaklar etkin bir şekilde tahsis edilememektedir.

ENFLASYONUN ÖLÇÜLMESİ

- Enflasyon ölçülürken ekonomideki genel fiyat düzeyinin belirlenmesi gerekir
- Fiyat düzeyi: Bir ekonomideki fiyatların ağırlık ortalamasıdır.
- Fiyat endeksleri: Yılara göre farklı mal ve hizmet gruplarının fiyat düzeylerini gösterirler
- Üç tip fiyat endeksi bulunmaktadır
  - Tüketici fiyat endeksi (TÜFE)
  - Üretici fiyat endeksi (ÜFE)
  - Gayrisafi yurtiçi hasıla deflatörü

TÜKETİCİ FİYAT ENDEKSİ

- Tüketicilerin satın aldığı mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki artışı ölçmek için kullanılır.
- TÜFE'de tüketicilerin satın aldığı mal ve hizmetlerden oluşan bir mal sepeti oluşturulur.
- Bu sepette yer alan mal ve hizmetler ortalama bir vatandaşın yaptığı harcamalara göre ağırlıklandırılır.
- Her ay sepetteki mal ve hizmetlerin ortalama fiyatları ile ağırlıklar çarpılarak fiyat düzeyi belirlenir.
- Bir önceki ayın fiyat düzeyi ile karşılaştırılarak aylık TÜFE'deki artış oranı belirlenir.
- Daha sonra yıllık TÜFE oranı hesaplanır. Yıllık enflasyon oranı iki şekilde hesaplanabilir.
  - Bir önceki yılın aynı ayına göre fiyat düzeyindeki % değişim
  - Yıllık ortalama yüzde değişim

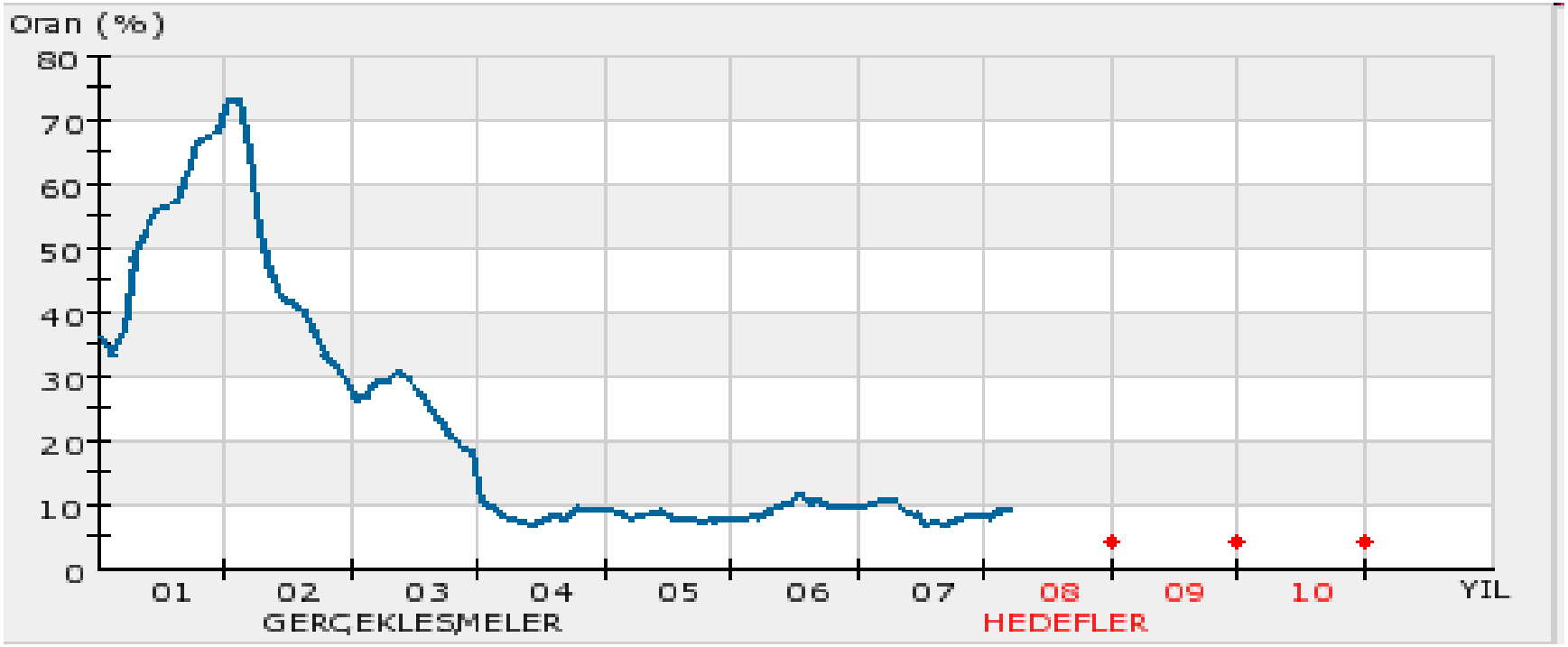
TÜKETİCİ FİYAT ENDEKSİ

- Yıllık enflasyon aşağıdaki gibi hesaplanır

$$r_{2008} = \frac{\text{2008 Nisan ayındaki TÜFE endeksi}}{\text{2007 Nisan ayındaki TÜFE endeksi}} - 1$$

- Yıllık ortalama enflasyon aşağıdaki gibi hesaplanır

$$r_{2008} = \frac{\text{2008 yılındaki ortalama TÜFE endeksi}}{\text{2007 yılındaki ortalama TÜFE endeksi}} - 1$$



	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Hedeflenen	35	20	12	8	5	4	4	4	4
Gerçekleşen	29,7	18,4	9,3	7,7	9,6	8,4	-	-	-

Kaynak: TCMB

ÜRETİCİ FİYAT ENDEKSİ

- Üreticilerin üretip sattığı hammadde, ara mal ve nihai malların fiyatlarındaki artışları ölçmek için kullanılır.
- ÜFE hesaplanırken aşağıdaki sektörlerde üretilen mallar dikkate alınır
  - Tarım, avcılık ormancılık
  - Balıkçılık
  - Madencilik ve taşocakçılığı
  - İmalat sanayi
  - Elektrik, gaz ve su

GAYRİSAFİ YURTİÇİ HASILA DEFLATÖRÜ

- GSYH deflatöründe bir ekonomide üretilen tüm mal ve hizmetler dikkate alınır
- GSYH deflatörü hesaplanırken her hangi bir yıldaki nominal GSYH, reel GSYH oranı hesaplanır.

$$\text{GSYH deflatörü} = \frac{\text{Nominal GSYH}}{\text{Reel GSYH}}$$

$$r_{2008} = \frac{\text{2008 GSYH deflatörü}}{\text{2007 GSYH deflatörü}} - 1$$

İŞSİZLİK SORUNU

- Çalışabilir nüfus: 15-64 yaş arasındaki toplam nüfus (Türkiye'de toplam nüfusun %66 çalışabilir nüfus)
- İşgücü: Çalışabilir nüfus içinden, hastaları, çalışmak istemeyenleri, askerlik hizmeti yapanları, ev hanımlarını, öğrencileri ve mahkumları çıkarıldığında geriye kalan nüfus (Türkiye'de toplam nüfusun %35 işgücünü oluşturmaktadır)
- İşsiz: Yaşı 15 veya daha fazla olup, piyasa koşullarında çalışmak isteyen ve aktif olarak iş aradığı halde iş bulamayan kişiye işsiz denir.
- İstihdam: İşgücünün çalışan kısmına denir.
- İşsizlik oranı: İşgücü içindeki işsiz oranına denir

$$u = \frac{\text{İşsiz sayısı}}{\text{İşgücü}}$$

İŞSİZLİK ORANI NASIL HESAPLANIR

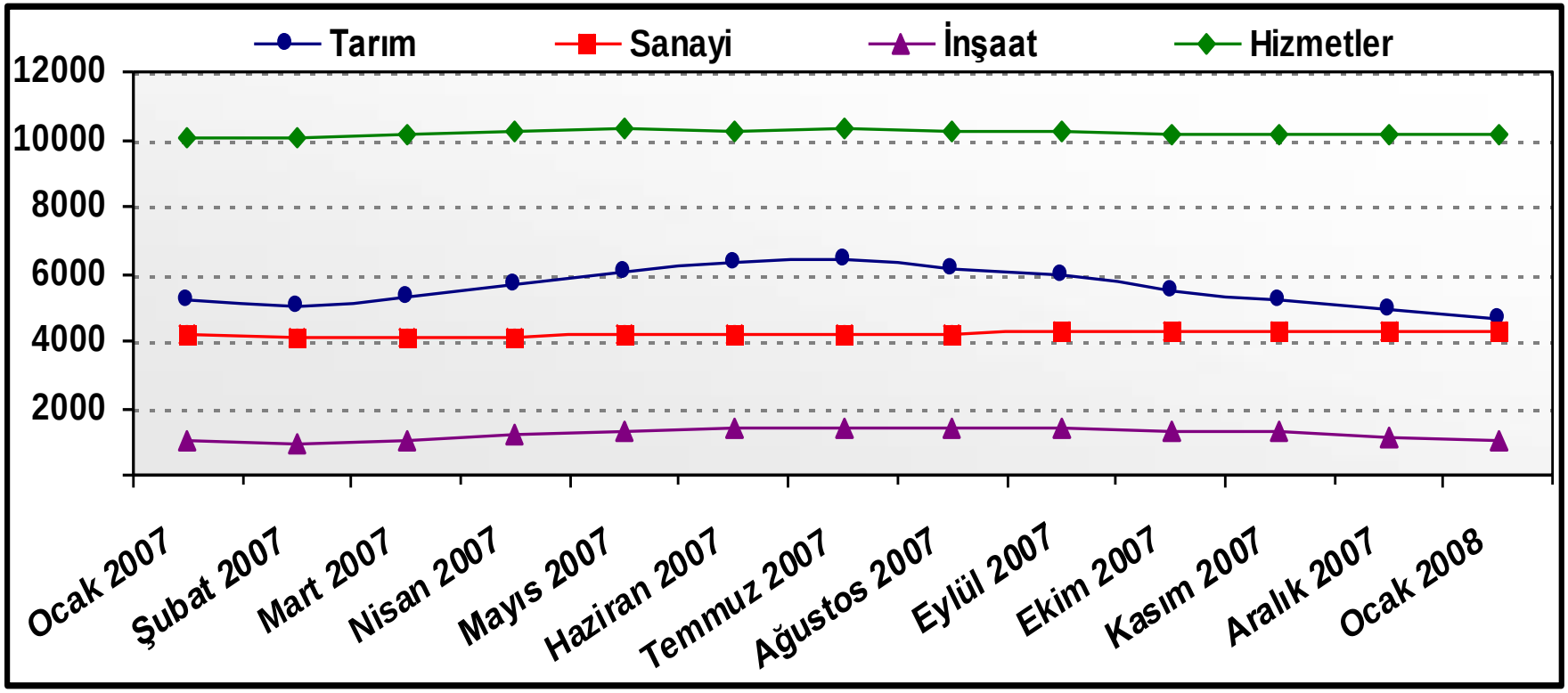
- Genel nüfus sayımı
- Türkiye İş Kurumu (İşkur)
- DPT Hane halkı işgücü anketleri
- TÜİK Hane halkı işgücü anketleri

İŞSİZLİK SORUNU

Tablo 1. İşgücü durumu (Ocak)

	TÜRKİYE		KENT		KIR	
	2007	**2008**	**2007**	**2008**	**2007**	**2008**
Kurumsal olmayan sivil nüfus (000)	68 543	69 309	43 068	43 968	25 475	25 341
15 ve daha yukarı yaştaki nüfus (000)	48 892	49 642	31 181	31 954	17 711	17 688
İşgücü (000)	22 898	22 679	14 082	14 189	8 815	8 490
İstihdam (000)	20 390	20 112	12 267	12 350	8 123	7 762
İşsiz (000)	2 508	2 567	1 815	1 838	692	728
İşgücüne katılma oranı (%)	46.8	45.7	45.2	44.4	49.8	48.0
İstihdam oranı (%)	41.7	40.5	39.3	38.7	45.9	43.9
İşsizlik oranı (%)	11.0	11.3	12.9	13.0	7.9	8.6
Tarım dışı işsizlik oranı (%)	13,07	13.8	13.2	13.1	15.5	16.0
Genç nüfusta işsizlik oranı(1)(%)	20.6	21.0	22.1	22.1	17.9	18.7
Eksik istihdam oranı (%)	3.3	3.1	2.8	2.6	4.0	3.9
Genç nüfusta eksik istihdam oranı(1)(%)	3.4	2.9	2.4	2.6	5.2	3.5
İşgücüne dahil olmayanlar (000)	25 994	26 963	17 099	17 765	8 896	9 198

(1) 15-24 yaş grubundaki nüfus


Tarım
Sanayi
İnşaat
Hizmetler
12000
10000
8000
6000
4000
2000
Ocak 2007
Şubat 2007
Mart 2007
Nisan 2007
Mayıs 2007
Haziran 2007
Temmuz 2007
Ağustos 2007
Eylül 2007
Ekim 2007
Kasım 2007
Aralık 2007
Ocak 2008

İŞSİZLİK TÜRLERİ

- Friksiyonel (geçici) işsizlik
- Yapısal işsizlik
- Doğal işsizlik
- Konjektürel işsizlik
- Gizli İşsizlik

Friksiyonel işsizlik: İşgücüne yeni katılarak iş arayanlar, daha iyi bir iş bulmak için işinden ayrılmış olanlar, iflas eden firmalarda çalışan kişilerin oluşturduğu işsizlik türüdür.

Yapısal işsizlik: Çeşitli mal ve hizmetlere olan talepteki değişmeler, teknolojideki değişmeler sonucunda üretimin değişmesine bağlı olarak oluşan işsizlik türüdür

Doğal işsizlik: Friksiyonel işsizlik ve yapısal işsizliğin toplamına doğal işsizlik denir

Konjektürel işsizlik: Ekonomilerdeki dalgalanmalara bağlı olarak ortaya çıkan işsizliktir.

Mevsimsel işsizli: Tarım, turizm ve inşaat sektöründe karşılaşılan işsizlik türü

Gizli İşsizlik: Üretimin artmasına katkı vermeyen çalışanların oluşturduğu işsizlik.

GELİR DAĞILIMI

- Fonksiyonel gelir dağılımı: Toplam gelirin üretim faktörleri (emek, doğal kaynaklar, sermaye, ve girişimciler) arasında nasıl paylaşıldığını gösterir.
- Kişisel gelir dağılımı: Bir ülkedeki hane halkının toplam gelirden aldıkları payları gösterir.
- Kişisel gelir dağılımını göstermek için kullanılan yöntemler
  - Lorenz eğrisi
  - Gini katsayısı

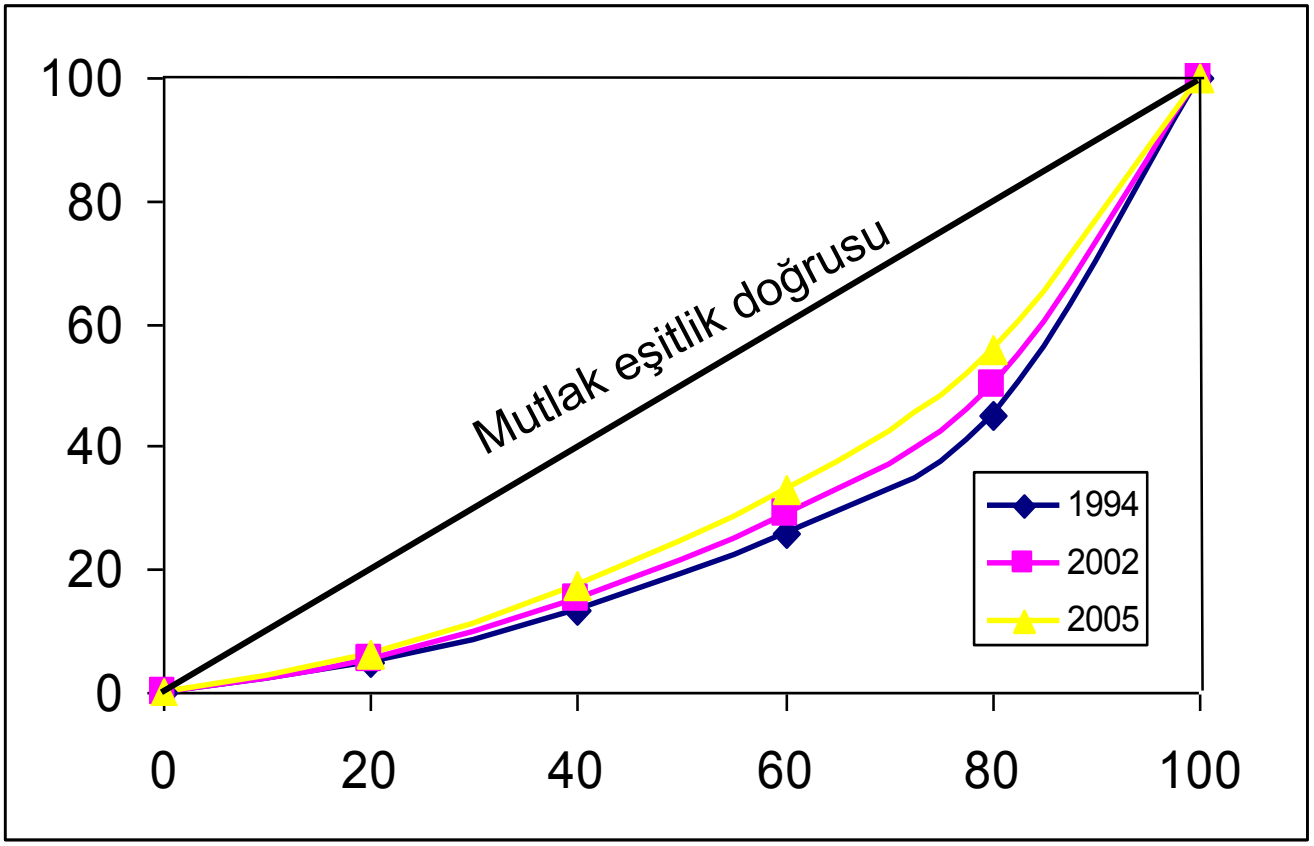
Lorenz Eğrisi

- Lorenz eğrisi nüfus yüzdeliklerinin, milli gelirden aldıkları payların yüzdeliklerini gösterir.
- Lorenz eğrisi bulunurken hane halkı en düşük gelir düzeyinden, en yüksek gelir düzeyine doğru sıralanır. Bu sıralamaya göre ilk %20, %40, %60 %80 ve %100 olmak üzere toplam hane halkı beş grupta toplanır. Daha sonra her grubun milli gelirden aldığı paylar hesaplanır.

Lorenz Eğrisi

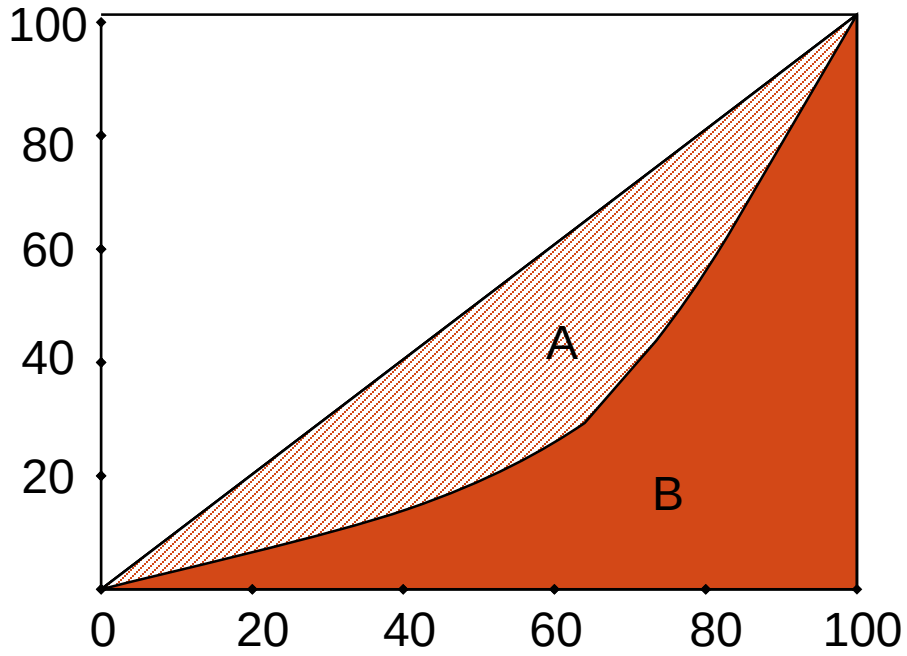
Hanehalkı yüzdesi	Gelirden aldığı pay	
	1994	2002
0	0	0
20	4,89	5,29
40	13,49	15,1
60	26,1	29,12
80	45,13	49,95
100	100	100

Lorenz Eğrisi



Gini Katsayısı

- Lorenz eğrisi ile karşılaştırma yapmak zordur.
- Gini katsayısı Lorenz eğrisinden hareketle elde edilen sayısal bir değerdir
- Gini katsayısı 0 ile 1 arasında değer alır.
- 0 mutlak eşitliği temsil eder
- Gini katsayısı büyük olması gelir dağılımının bozuk olduğunu gösterir.



$$\text{Gini Katsayısı (G)} = \frac{A}{A+B}$$

Gini Katsayısı

Yüzdelikler	Türkiye		Kent		Kır	
	2004	**2005**	**2004**	**2005**	**2004**	**2005**
20	6,0	6,1	6,4	6,4	6,3	6,1
40	16,7	17,2	17,2	17,9	17,5	17,4
60	31,9	33	32,4	33,9	33,3	33,3
80	53,8	55,6	53,8	56,5	56	55,9
100	100	100	100	100	100	100
Gini Katsayısı	**0,4**	**0,38**	**0,39**	**0,37**	**0,37**	**0,38**



Gini Katsayısı

- 2005 yılında Dünya Bankası tarafından hazırlanan Kalkınma raporuna göre gelir dağılımı verileri

Dünya sırası	Ülkeler	Gini kat sayısı(%)	En yoksul yüzde 10'un payı (%)	En zengin yüzde 10'un payı (%)
1.	Namibya	70.7	0.5	64.5
49.	ABD	40.8	1.9	29.9
55.	Türkiye	40.0	2.3	30.7
73.	İngiltere	36.0	2.1	28.5
77.	Yunanistan	35.4	2.9	28.5
91.	Fransa	32.7	2.8	25.1
93.	İspanya	32.5	2.8	25.2
101.	Hollanda	30.9	2.5	22.9
105.	Avusturya	30.0	3.1	23.5
111.	Almanya	28.3	3.2	22.1
122.	İsveç	25.0	3.6	22.2
124.	Danimarka	24.7	2.6	21.3

PARA VE BANKACILIK

- Mal veya hizmetlerin satın alınmasında kullanılan her türlü değişim aracına para denir.
- Paranın fonksiyonları
  - Para değişim aracıdır
  - Para değer ölçüsü
  - Para değeri muhafaza eder

Paranın Kısa Tarihi

- Takas (Becayiş)
- M.Ö. 7. yüzyılda Lidyalılar parayı buldu
- Altın sertifikaları
- Banknotlar (altın karşılığı olan değerli kağıtlar)
- Kağıt paralar

PARA ARZI

- Bir ekonomide kullanılan toplam para miktarına para arzı denir.
- Para arzı farklı şekillerde ölçülür
  - M1=Dolaşımdaki paralar+Vadesiz Mevduatlar (resmi mevduat hariç)
  - M2=M1+Vadeli Mevduat (resmi mevduat hariç)
  - M2Y=M2+Döviz Tevdiat Hesabı
  - M3= M2+ Resmi Kuruluş Mevduatı+TCMB'deki diğer mevduat
  - M3Y= M3+Döviz Tevdiat Hesabı

BANKACILIK SİSTEMİ

- Merkez Bankaları
- Ticari Bankalar
- Kalkınma ve Yatırım Bankaları

MERKEZ BANKASI VE FONKSİYONLARI

- Ticari bankalara bankerlik yapmak
- Devlet için bankacılık yapmak
- Para piyasalarını düzenlemek
- Para arzını kontrol etmek

BANKACILIK SİSTEMİNDE KAYDİ PARA YARATILMASI

- Zorunlu karşılık oranı: Ticari bankalar topladıkları mevduatların belli bir oranını merkez bankasında tutmak zorundadırlar. Bu orana zorunlu karşılık oranı (munzam karşılık oranı) denir.
- Kaydi para: Banka parası olarak ta isimlendirilmektedir. Günümüz modern toplumlarında ödemeler daha çok çek, banka kartı, havale vb. gibi araçlarla yapılmaktadır. Bu nedenle banklara yatırılan mevduat miktarına bağlı olarak kaydi para oluşmaktadır.

BANKACILIK SİSTEMİNDE KAYDİ PARA YARATILMASI

- Kaydi para oluşumunu bir örnek ile açıklayalım
- Zorunlu karşılık oranı=%20 olsun
- Varsayalım ki ticari banka sistemine 100 YTL yatırılsın.
- Tüm ödemeler çek, havale, banka kartları ile yapılsın

Mevduat	Zorunlu karşılı	Kaydi Para
100	20	80
80	16	64
64	12,8	51,2
…	…	…
Toplam	100	400

BANKACILIK SİSTEMİNDE KAYDİ PARA YARATILMASI

- r: Zorunlu karşılık oranı
- TM: Toplam mevduat

olarak tanımlanır ise kaydi para oluşumu aşağıdaki gibi bulunur.

$$\text{Kaydi Para} = \frac{1-r}{r}\ TM$$

PARA TEORİSİ

- Değişim Denklemi: Para miktarı, fiyatlar ve üretim miktarı arasındaki ilişkiyi açıklar

$$MV=PY$$

- Burada;
  M: Para miktarı
  V: Bir yıl içinde paranın ortalama olarak kaç kez el değiştirdiği
  P: Fiyat düzeyi
  Y: Reel GSYH
- Denklemde MV: Nihai mal ve hizmetlere yapılan toplam harcamayı; PY=Firmaların eline geçen toplam parayı ifade etmektedir.
- Para teorisi ile ilgili olarak üç farklı görüş bulunmaktadır
  - Klasik görüş
  - Keynesyen görüş
  - Çağdaş görüş

PARA TEORİSİ –KLASİK GÖRÜŞ

- Klasik görüşün varsayımları
  - Ekonomi her zaman tam istihdamda çalışmaktadır.
  - Belli bir dönemde ekonomide bir durgunluk varsa yani tam istihdam oluşmamış ise, bu durumda ekonomi kendiliğinden fiyat ayarlaması yaparak tam istihdama ulaşmaktadır.
  - Bu nedenle reel GSYH (Y) sabittir.
- Aynı zamanda paranın dolaşım hızı, V'nin sabit olduğunu varsayarsak fiyat düzeyi (P) ile para miktarı (M) arasındaki ilişki değişim denkleminden aşağıdaki gibi olur.

$$P = \frac{V}{Y} M$$

Yukarıdaki denklemde V ve Y sabit olduğundan para miktarı arttıkça fiyat düzeyi de aynı oranda artar.

Örneğin para miktarı iki kat arttırılır ise bu durumda fiyat düzeyi de iki kat artar.

PARA TEORİSİ- KEYNES'İN GÖRÜŞÜ

- Klasiklerin görüşü 1930'lu yıllara kadar geçerliliğini korumuştur.
- Keynes'e göre ekonomi her zaman tam istihdamda olmayabilir. Zaman zaman durgunluk yaşanabilir.
- Bu durumda klasik görüşü aksine fiyat ayarlaması ile ekonomi tam istihdama kendiliğinden ulaşmaz.
- Para miktarının artması ise üretim miktarını arttırır. Bu nedenle fiyat düzeyi değişmez.
- Değişim denkleminden para miktarı ile reel GSYH arasındaki ilişki aşağıdaki gibi bulunur.

$$Y = \frac{V}{P} M$$

- Yukarıdaki eşitlikte (V/P) oranı sabit olduğundan para miktarının artması durumda reel GSYH aynı oranda artmaktadır.
- Keynes, yukarıdaki ilişkinin ekonomimin tam istihdama ulaşıncaya kadar devam edeceğini, tam istihdama ulaştıktan sonra klasik görüşte olduğu gibi fiyat düzeyinin para miktarına bağlı olarak artacağını savunmaktadır.

PARA TEORİSİ-ÇAĞDAŞ GÖRÜŞ

- Çağdaş Görüşe göre hem klasiklerin hem de Keynes'in görüşleri gerçeği tam olarak yansıtmamaktadır.
- Klasik görüşün iddia ettiği gibi bir durgunluk olması durumunda fiyat ayarlaması ile durgunluk kendiliğinden ortadan kalmaz. Çünkü fiyatlar yapışkandır.
- Keynes'in iddia ettiği gibi para miktarının artması durumunda sadece reel GSYH artmaz fiyatlarda belli ölçüde artar.
- Çağdaş görüşe göre reel GSYH, tam istihdam seviyesinin çok altında ise, para miktarındaki artış daha çok üretimi ve geliri arttırır. Tam istihdama yaklaştıkça fiyat düzeyindeki artışlar fazlalaşır. Tam istihdam düzeyine ulaştıktan sonra para miktarındaki artışlar sadece fiyatların artmasına neden olur.