İŞLETME EKONOMİSİ

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

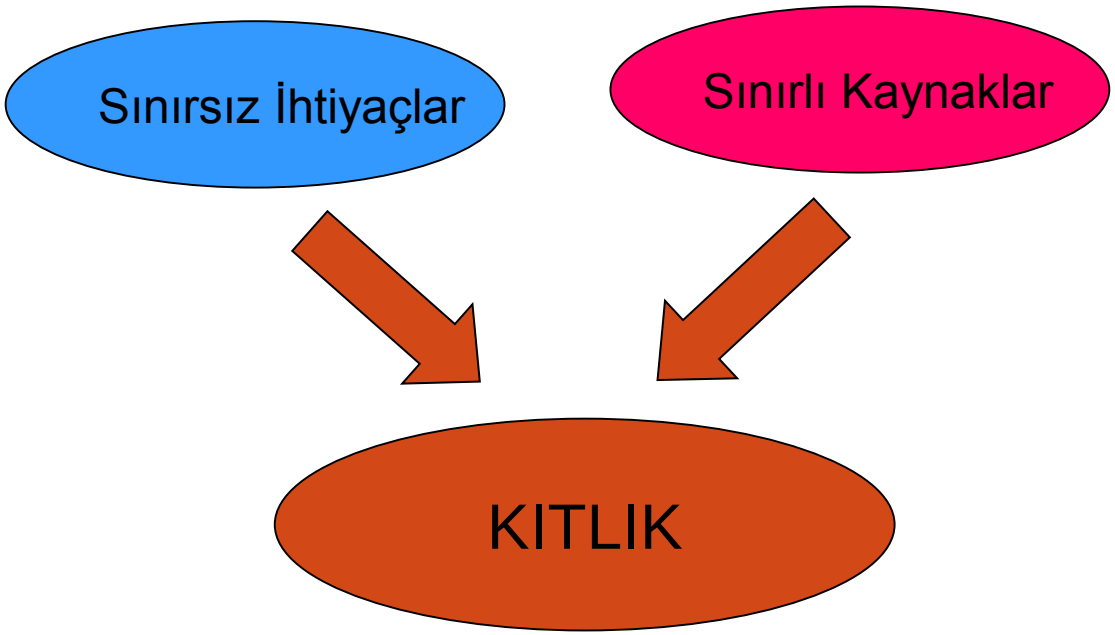
- İşletme Ekonomisi ve Yönetimi, Muammer Doğan, Nobel Yayınları
- Temel Ekonomi, Tümay ERTEK,Beta Yayınları
- İktisadın ABC'si, İlker PARASIZ, Ezgi Kitabevi
- Mikro İktisat, Erdal M. Ünsar, İmaj Yayıncılık

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

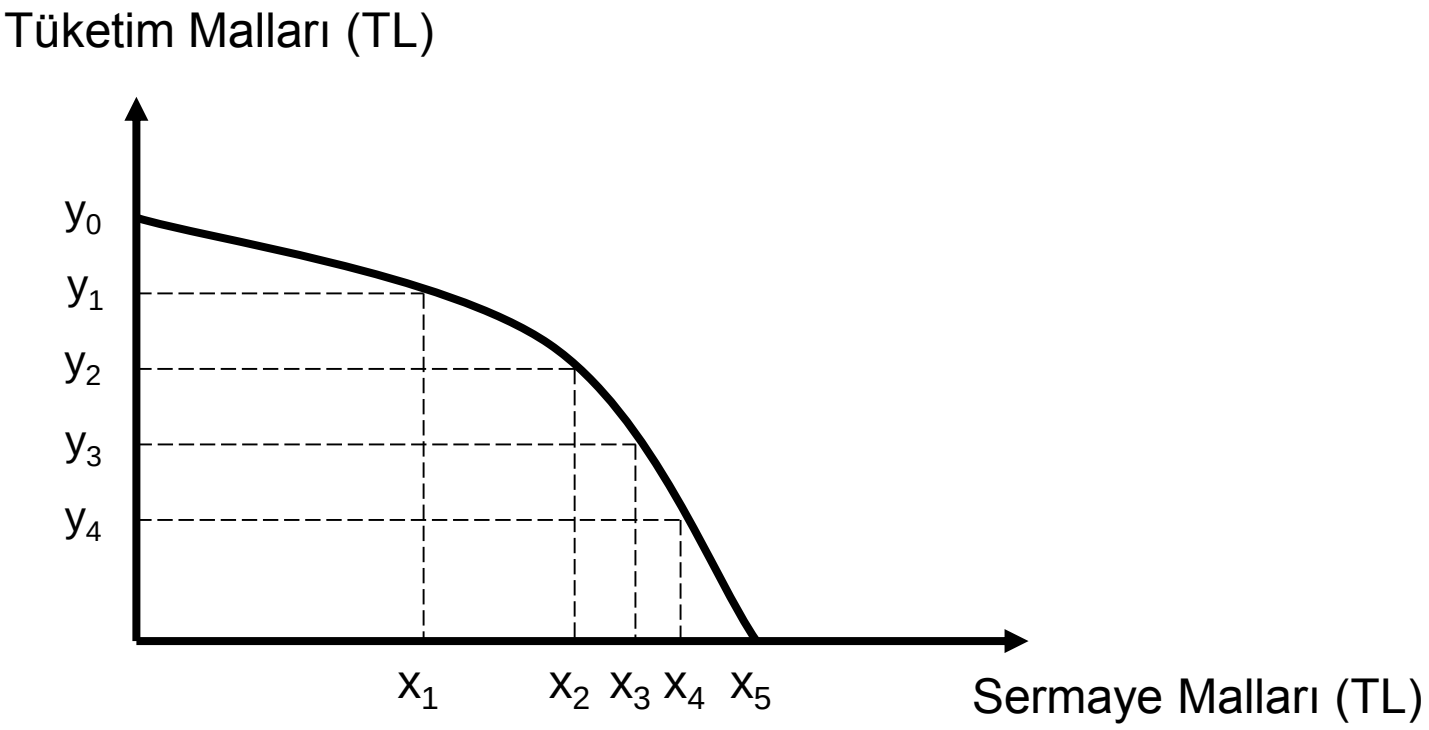
- **Üretim faktörleri:** Mal ve hizmetleri elde etmek için kullanılan kaynaklar
  - Emek: İnsanların mal ve hizmet üretiminde sarf ettikleri bedensel ve zihinsel güç
  - Doğal kaynaklar: Yer altı ve yer üstündeki doğanın insanlara sağladığı olanaklar
  - Sermaye: Üretimde kullanılan ve emeğin verimini 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

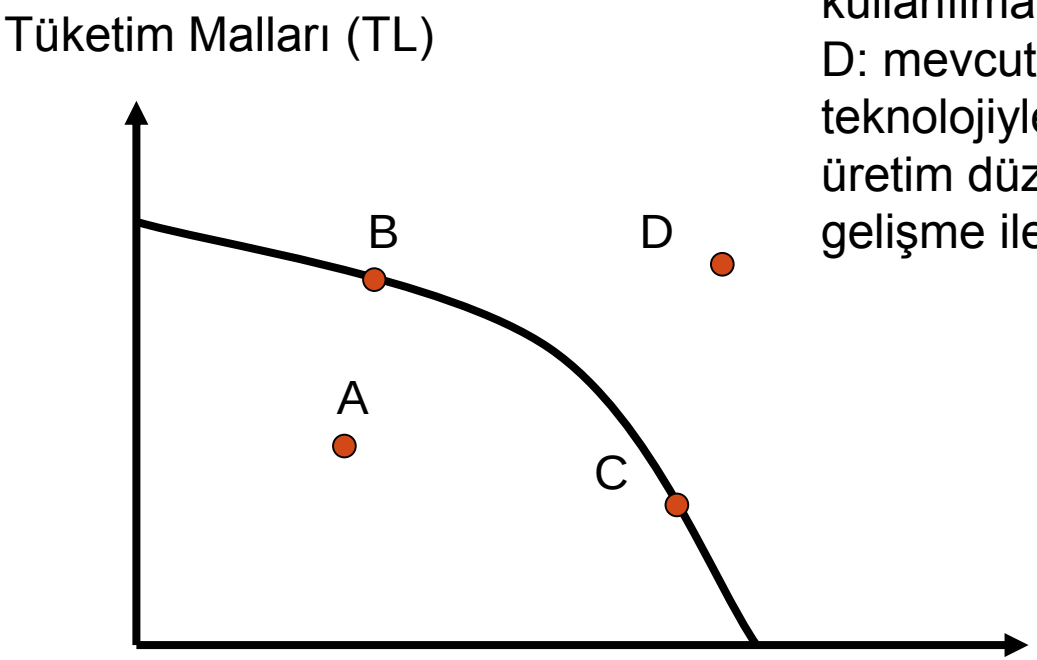
Ürettim olanakları eğrisini çizmek için malları genel olarak iki sınıfta toplayabiliriz:

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

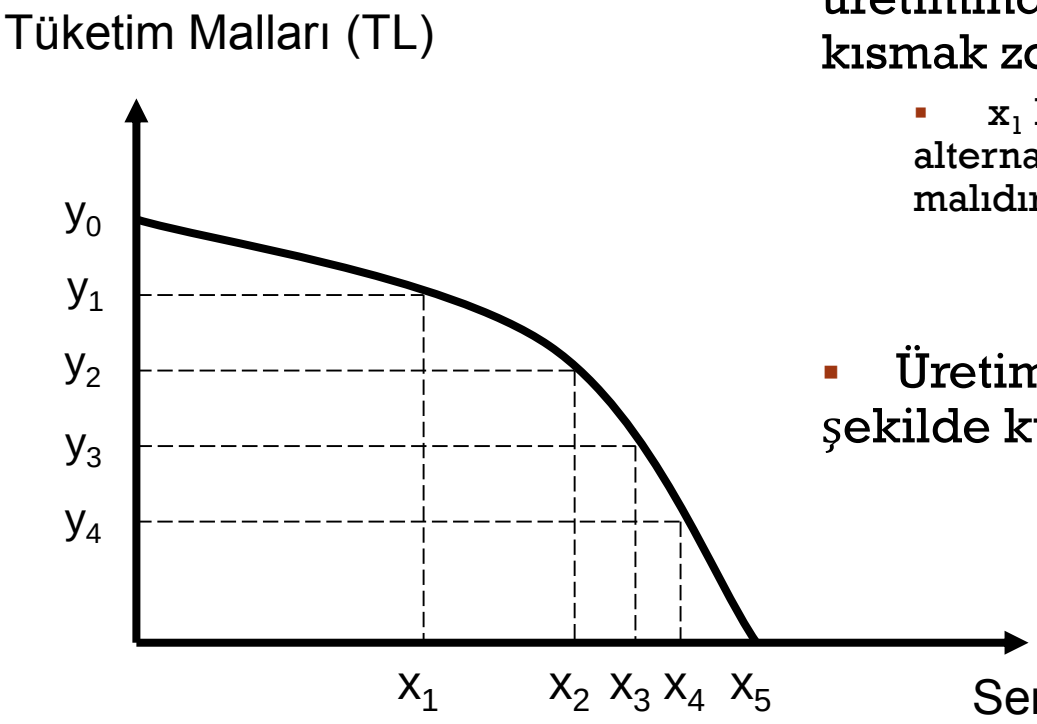


Üretim Olanakları Eğrisi



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",

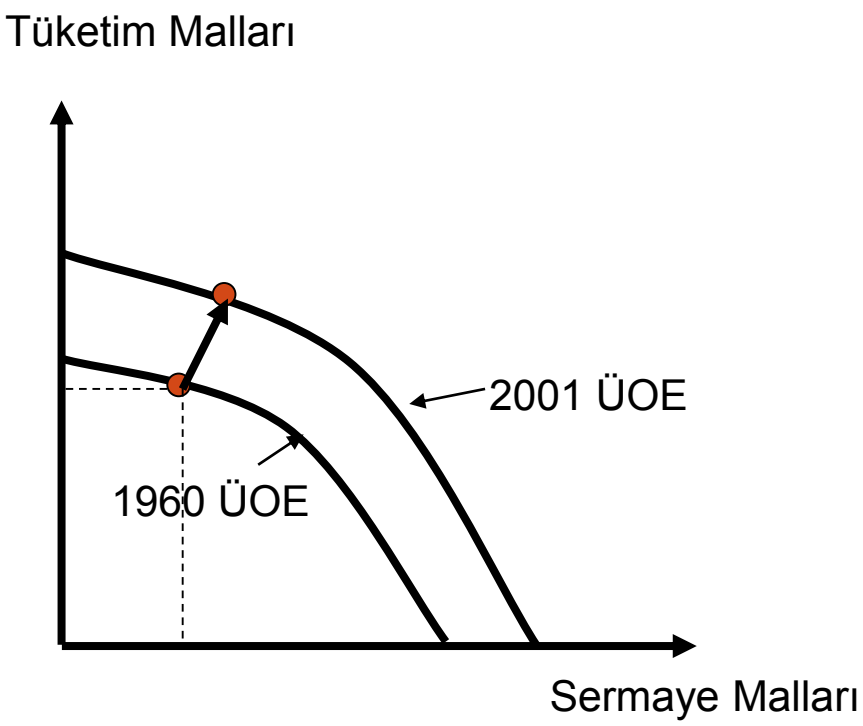
➢ Devlet açısından: "Kamu harcamalarında Fırsat Maliyeti", söz konusudur.

Üretim Olanakları Eğrisi ve Ekonomik Büyüme

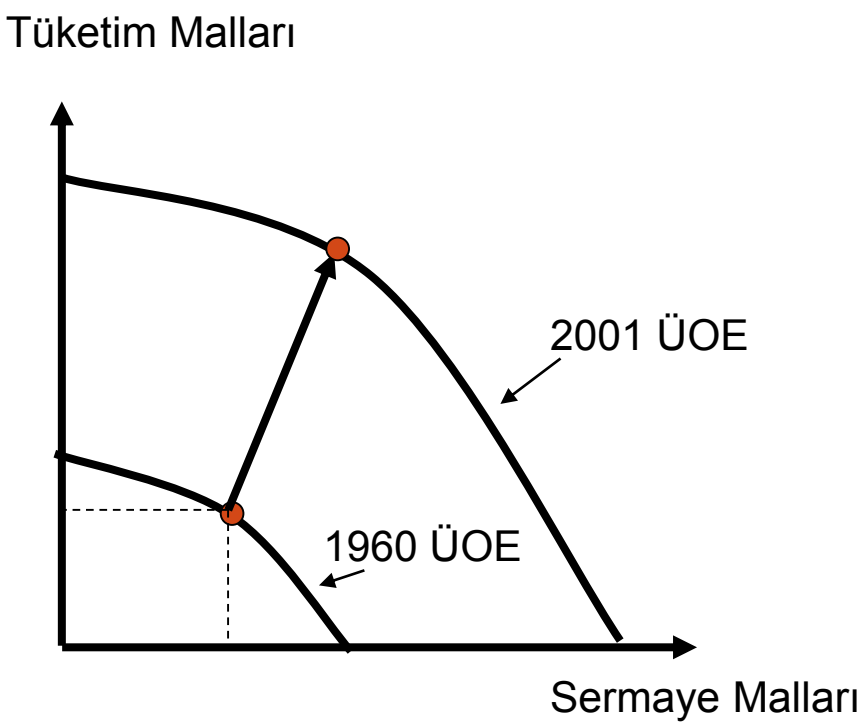
- Zaman içerisinde üretim faktörlerindeki artışa ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak üretim kapasitesi artar, yani ekonomide büyüme meydana gelir.
- Ekonomide büyümeyi arttırmak için hangi mal ve hizmetlerden daha fazla üretilmelidir?

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.

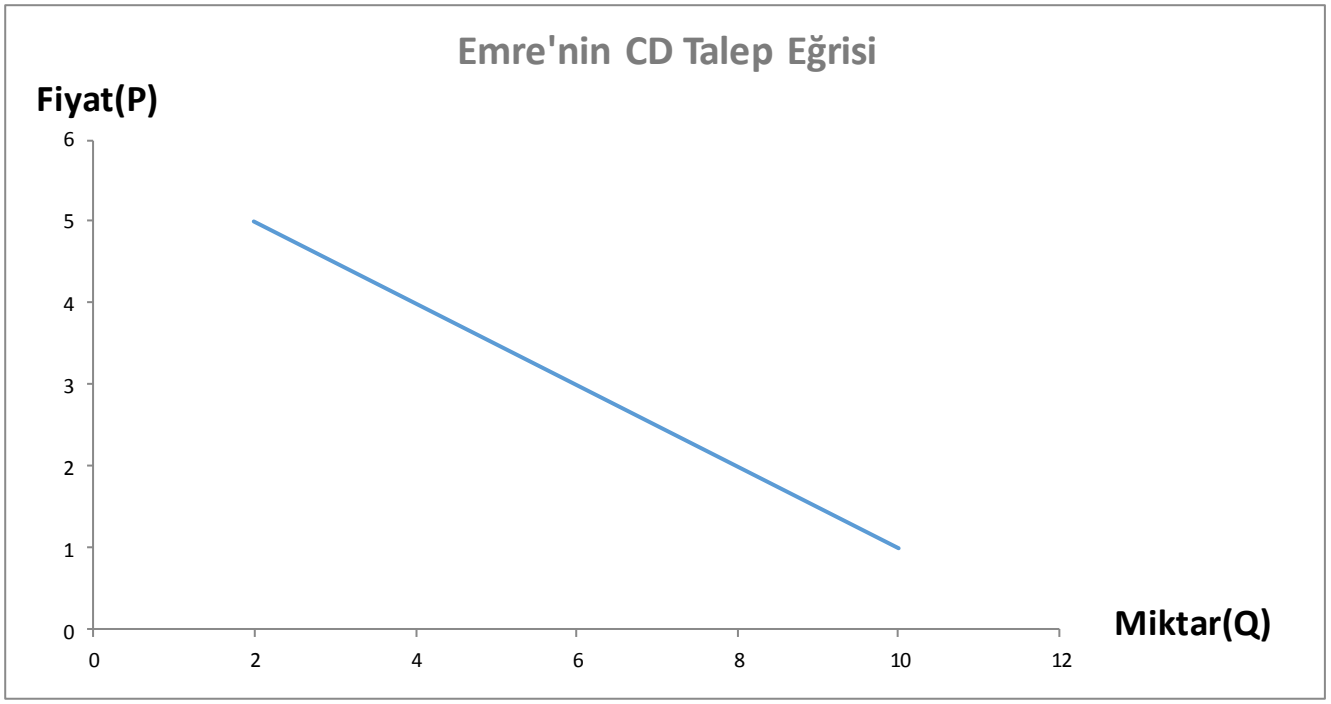
Seçenek	Fiyat(P) TL	Miktar (Q) Adet
a	1	10
b	2	8
c	3	6
d	4	4
e	5	2

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.

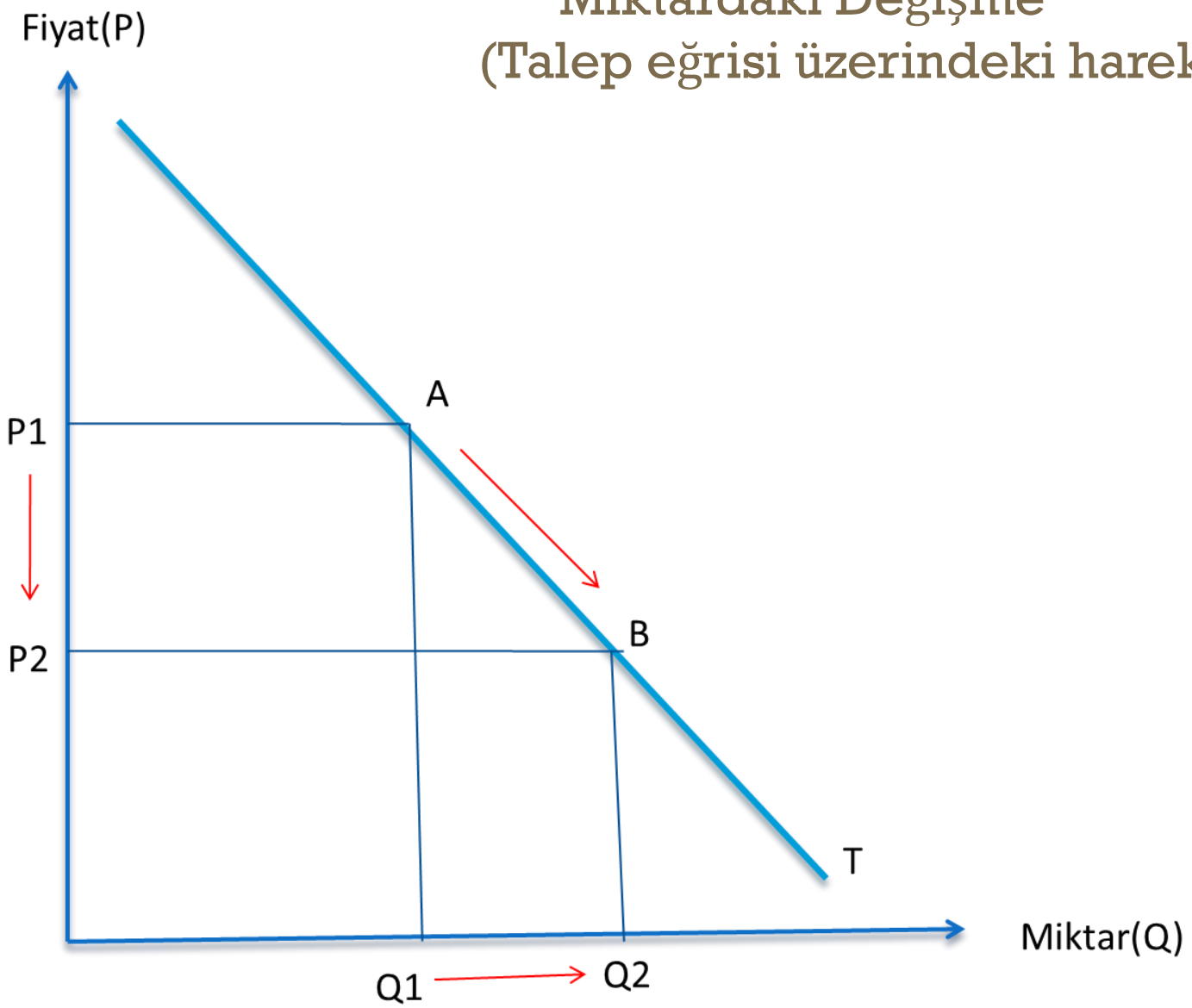
Örneğin; $Q_{tx} = f(P_x)$ Ceteris paribus denildiğinde malın fiyatı dışında diğer faktörlerin sabit olduğu ve fiyat değişmelerinden talebin nasıl etkilediği anlaşılmalıdır.

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

Talep Edilen Miktardaki Değişme, Talepteki Değişme

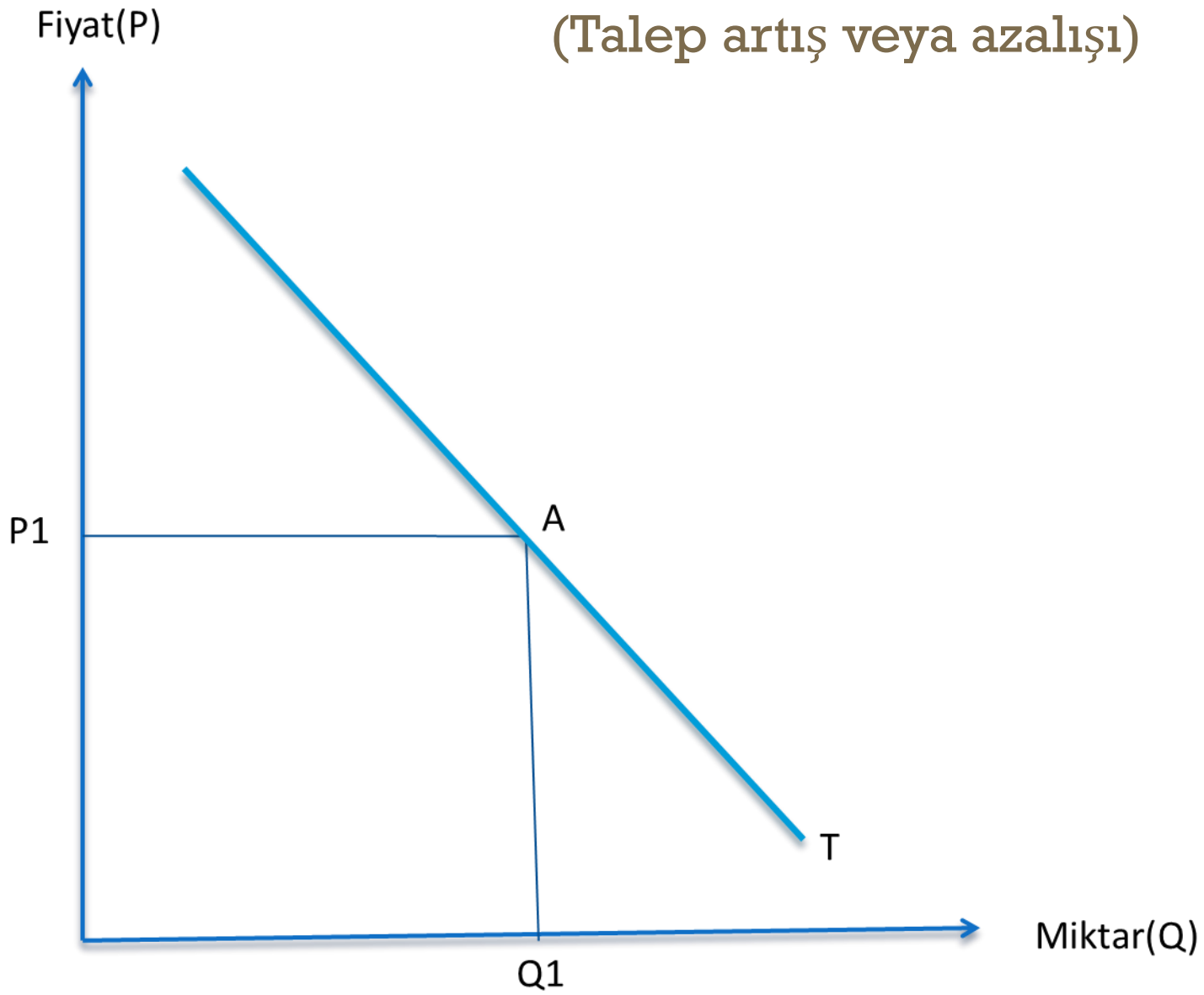
- Talep arttı yada azaldı ifadesiyle talep edilen miktar arttı yada azaldı ifadeleri çoğu zaman birbirine karıştırılır. Oysaki bu ifadelerin karıştırılmaması gerekir.
- Talep edilen miktar arttı veya azaldı denildiğinde malın fiyatına bağlı olarak, talep eğrisi üzerinde hareket edildiği yani bir fiyat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

Miktardaki Değişme
(Talep eğrisi üzerindeki hareket)

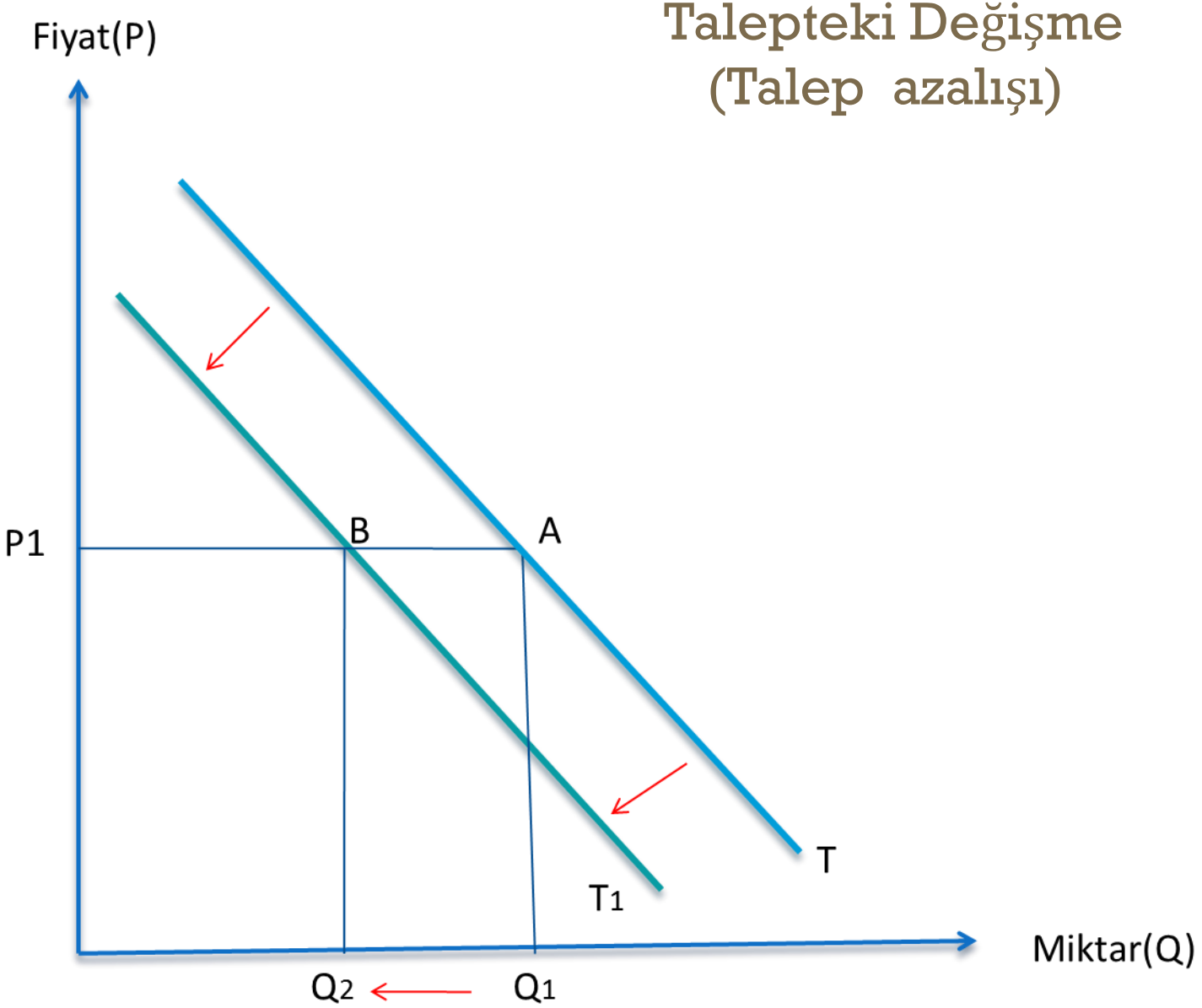


- Oysa ki talep arttı yada azaldı denildiğinde fiyat dışında talebi etkileyen ve sabit kabul edilen diğer faktörlerde ortaya çıkacak bir değişme ile talep eğrisinin yer değiştirmesi yani bir bütün olarak sağa veya sola kaymasını ifade eder. Bu nedenle bu faktörlere talep kaydırıcı faktörler de denir.

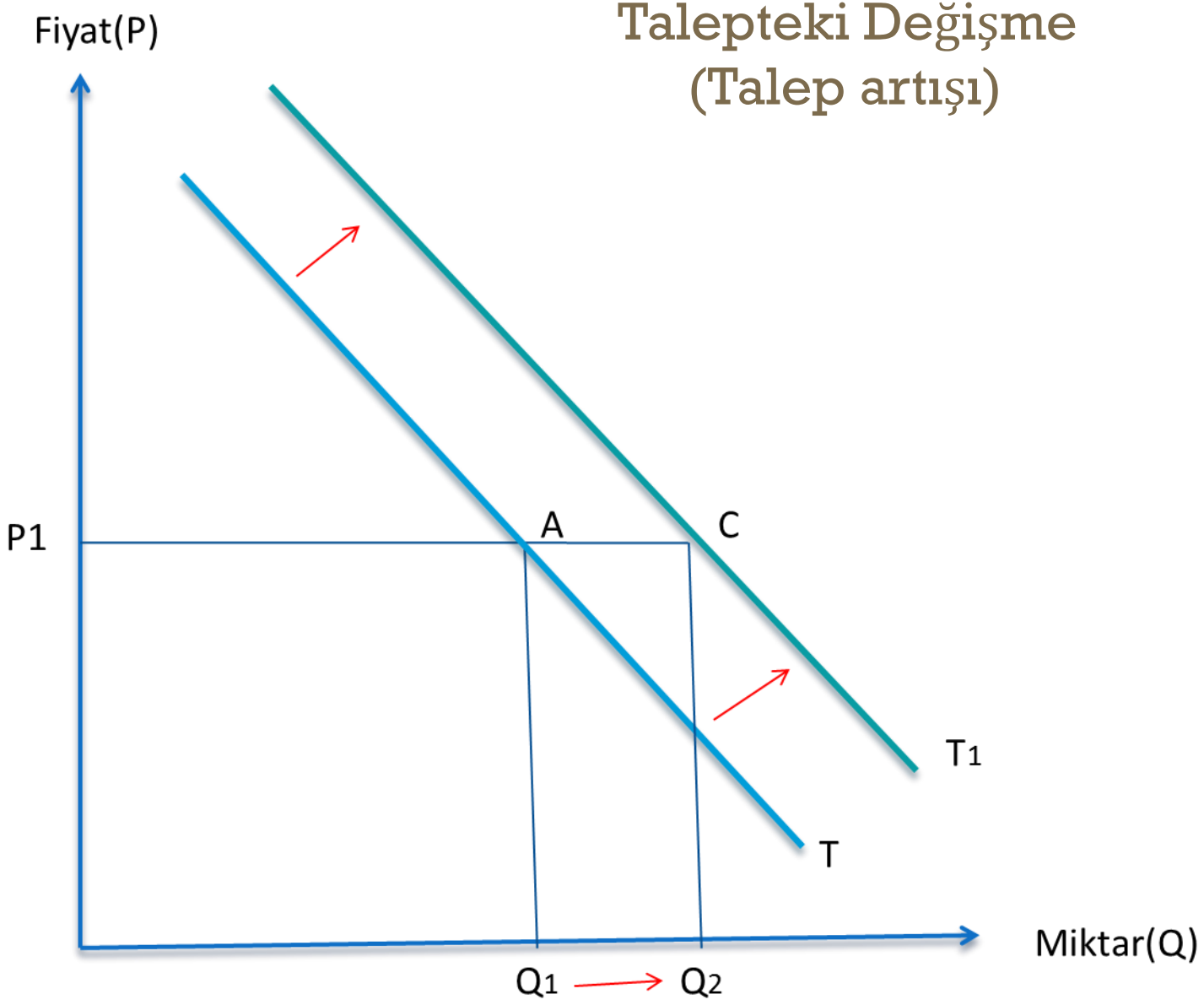
Talepteki Değişme
(Talep artış veya azalışı)



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.

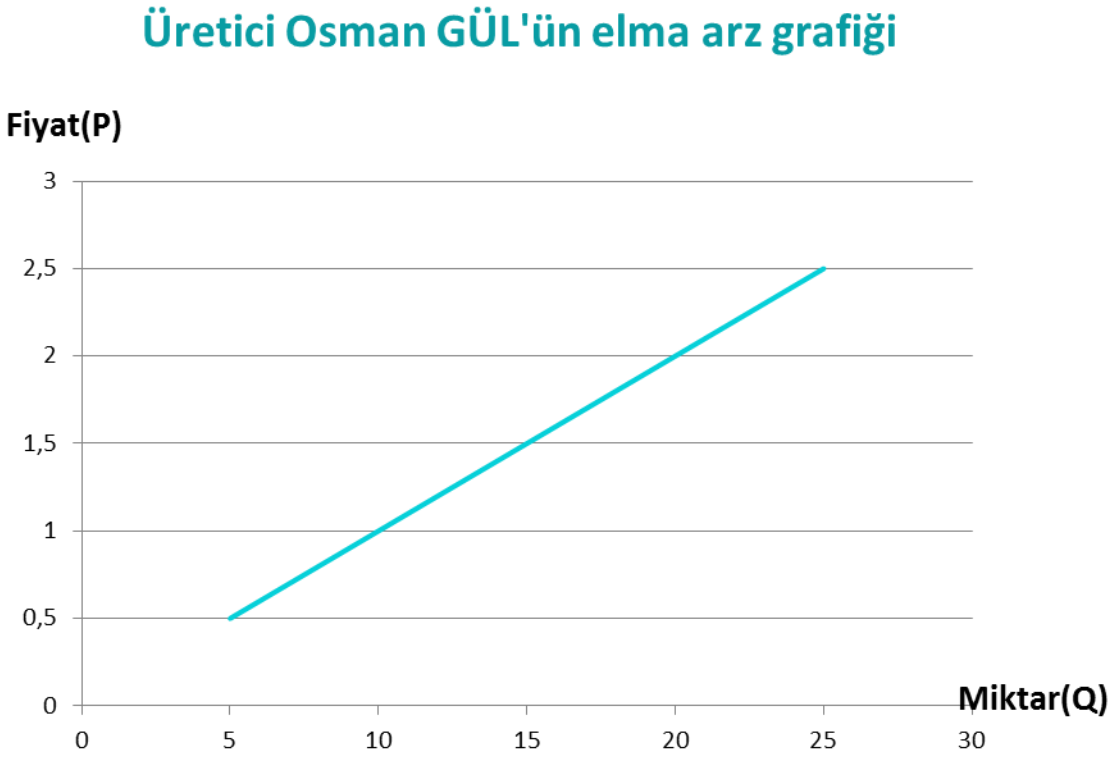
Örnek: Üretici Osman GÜL'ün çeşitli fiyatlardan yıllık elma arz çizelgesi aşağıdaki gibi olsun.

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.



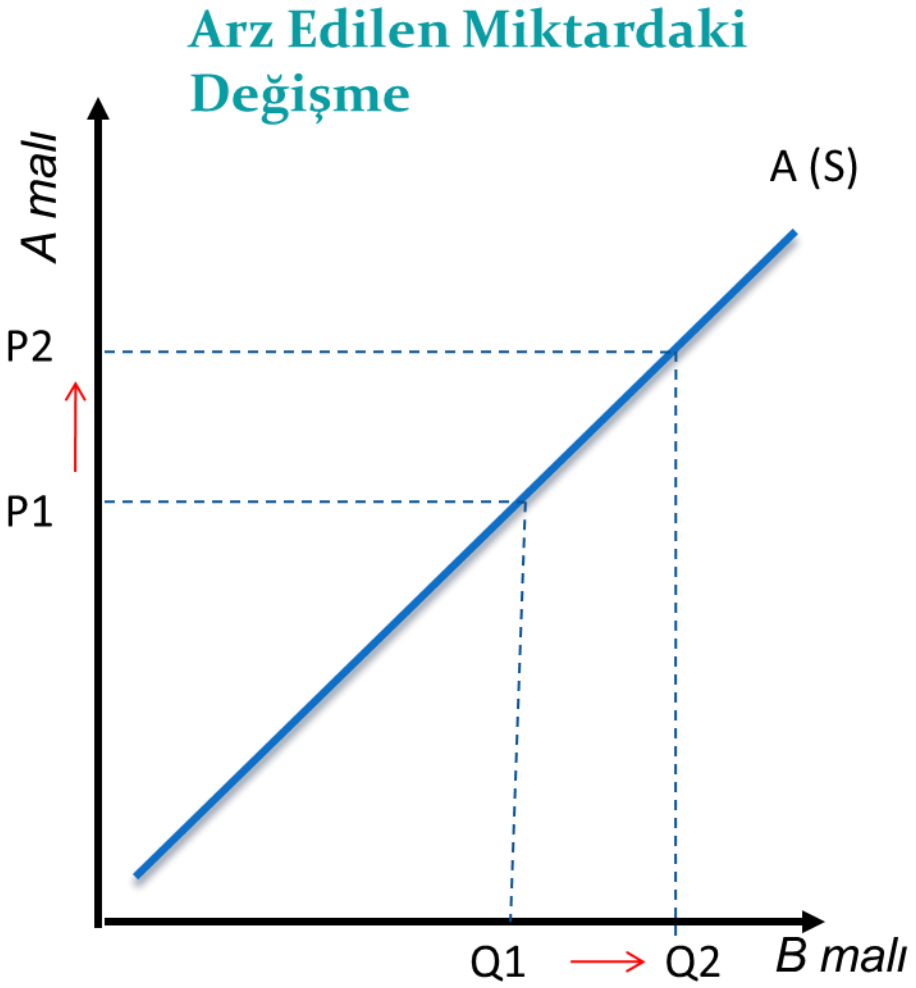
- Arz eğrisi, malın fiyatı ile arz edilen miktar arasındaki ilişkiyi gösteren pozitif eğimli bir eğridir. Eğrinin pozitif olmasının sebebi fiyat ile miktar arasındaki doğru yönlü ilişkidir(Arz kanunu). Yani arz fiyatın artan fonksiyonudur.
- Arz eğrisinin eğimi her zaman pozitif olmadığı istisnai durumlarda 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

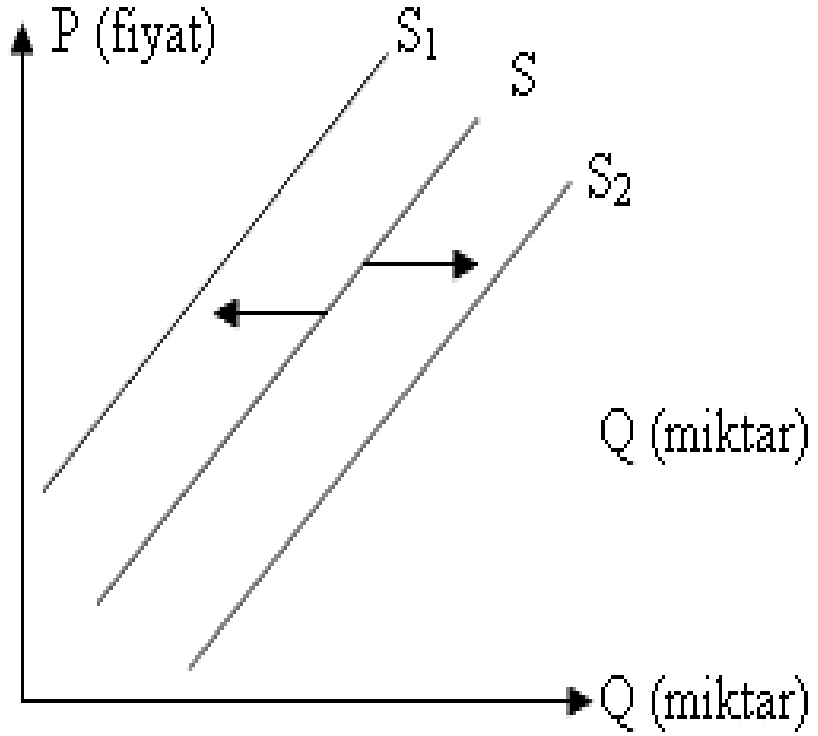
ARZ EDİLEN MİKTARDAKİ DEĞİŞME VE ARZDAKİ DEĞİŞME

- 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.

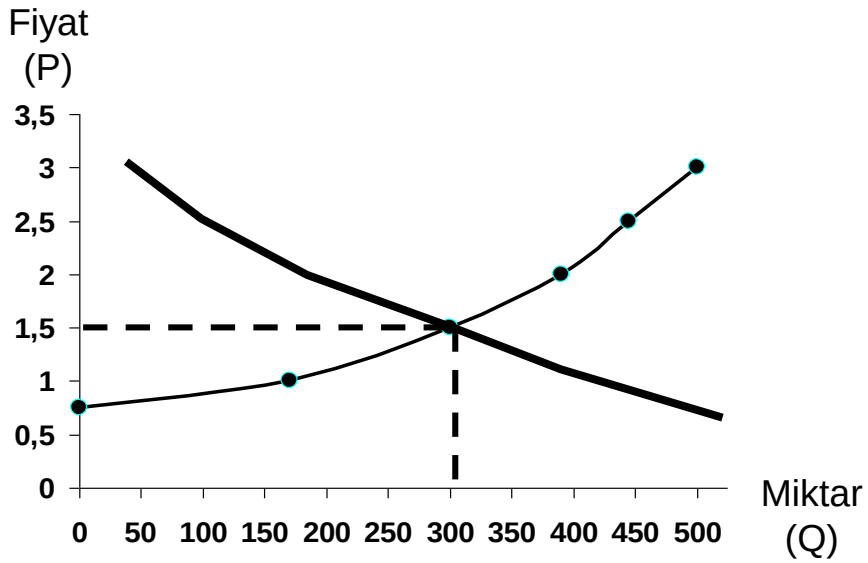
- ✓Coğrafi olarak; yerel piyasalardan uluslararası piyasalara
- ✓Malın tipine göre; tek tip mal satılan, binlerce mal çeşidi satılan piyasalar
- ✓Değişime konu olan mal ve hizmetin türüne göre; mal ve hizmet piyasası, faktör piyasası
- ✓Mal ve hizmet piyasası malların alınıp satıldığı piyasalar, faktör 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

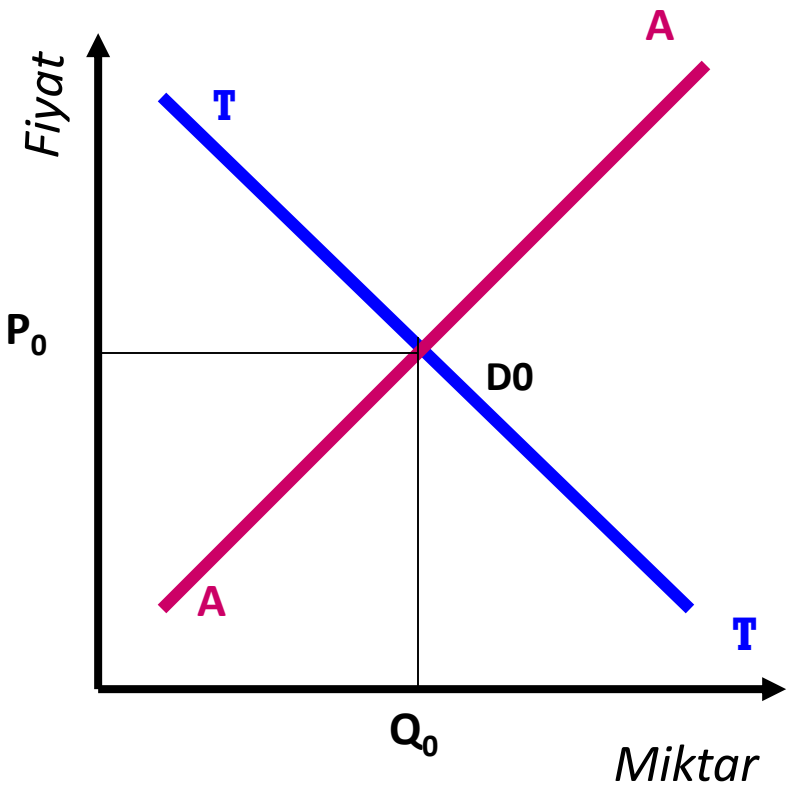
- Talep miktarı ve arz miktarının eşitlendiği noktada piyasa dengeye gelir.

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

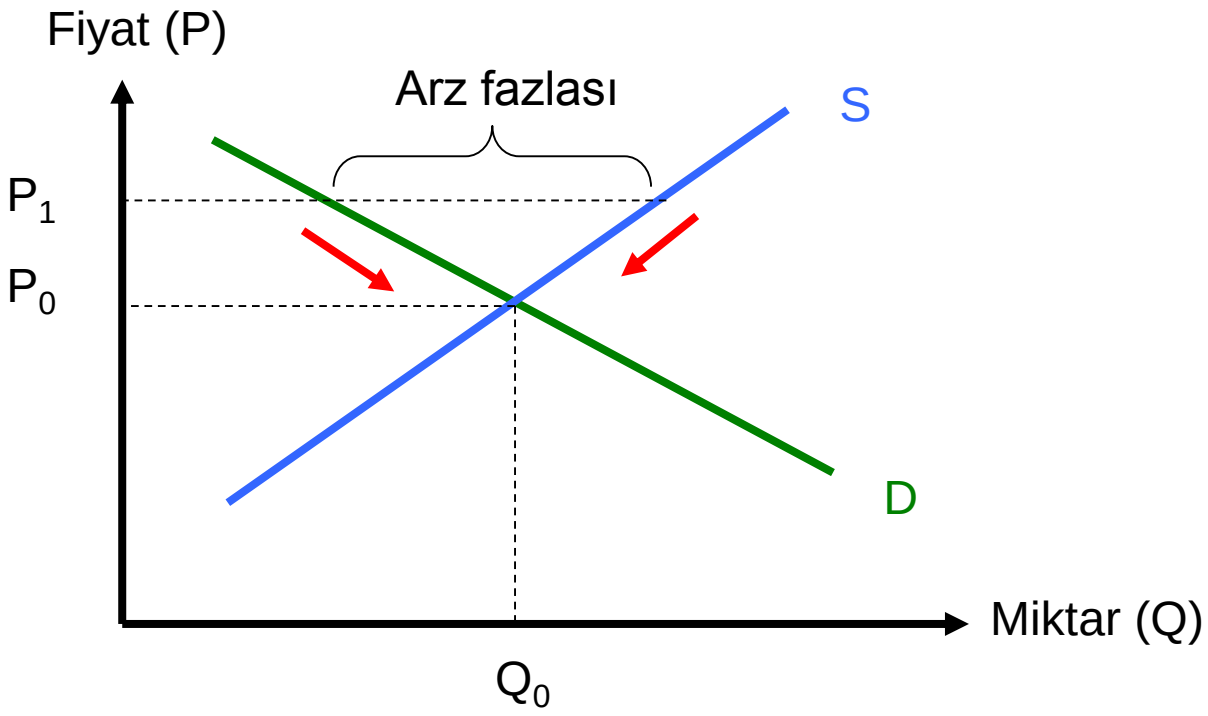


- Piyasa dengesi D_0 da oluşur. Burada arz edilen miktar talep edilen miktara eşittir.

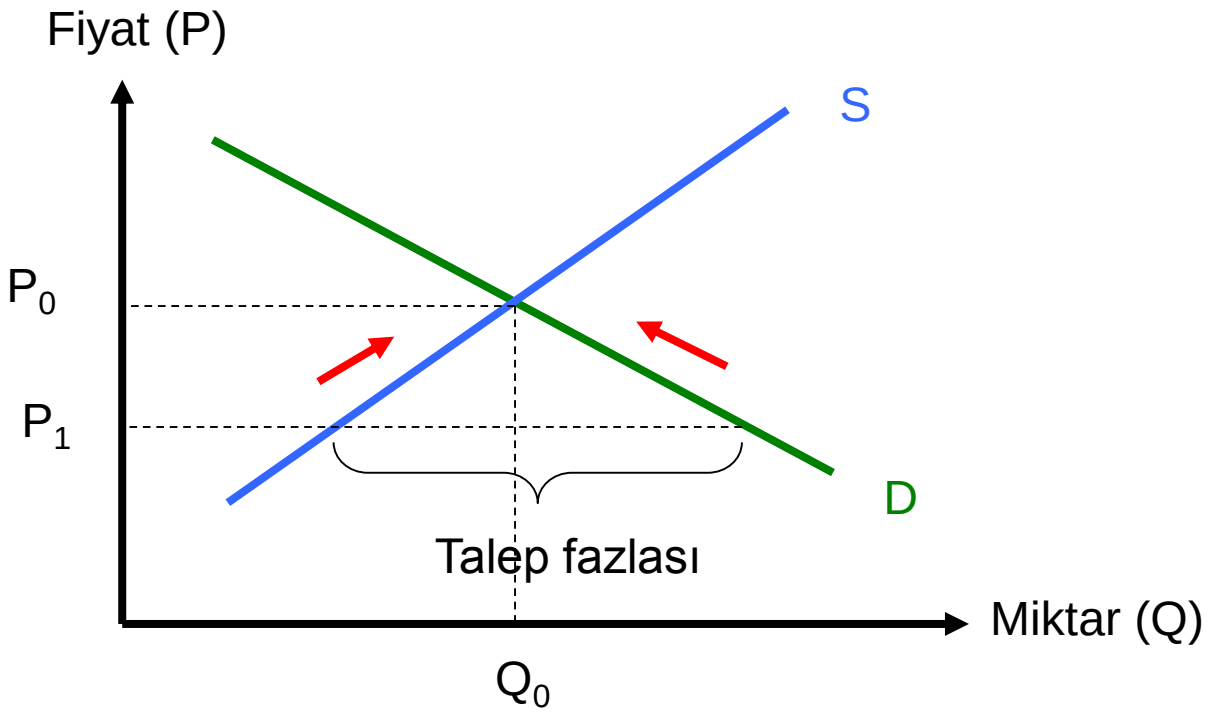
P_0 denge fiyatı Q_0 denge miktarıdır.

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

PİYASA DENGESİ

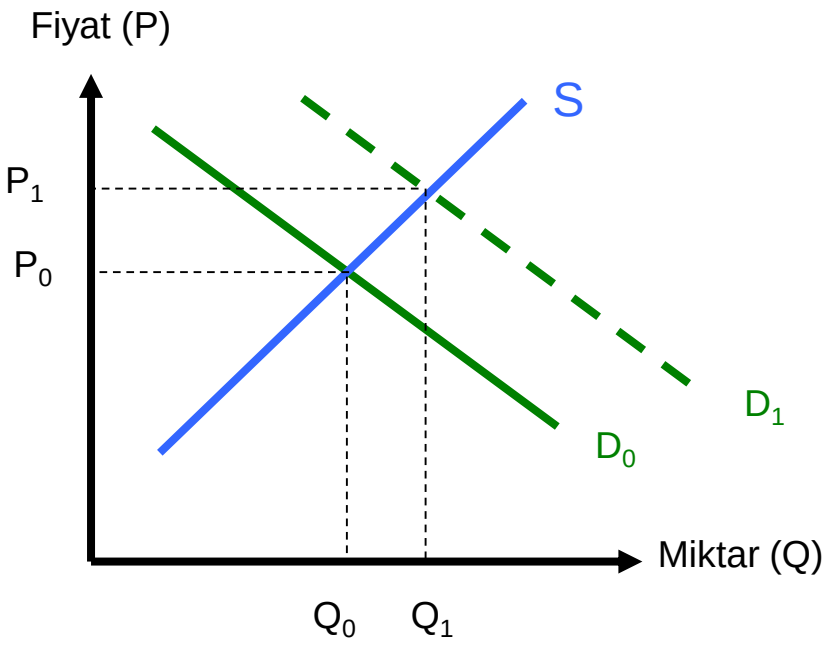


PİYASA DENGESİ

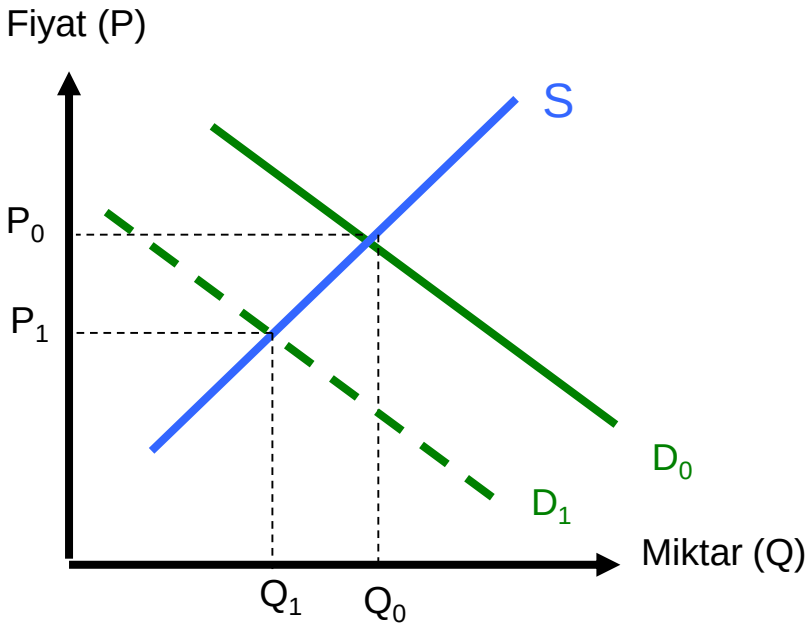


DENGE NOKTASININ DEĞİŞMESİ
TALEBİN DEĞİŞMESİ

Talebin artması

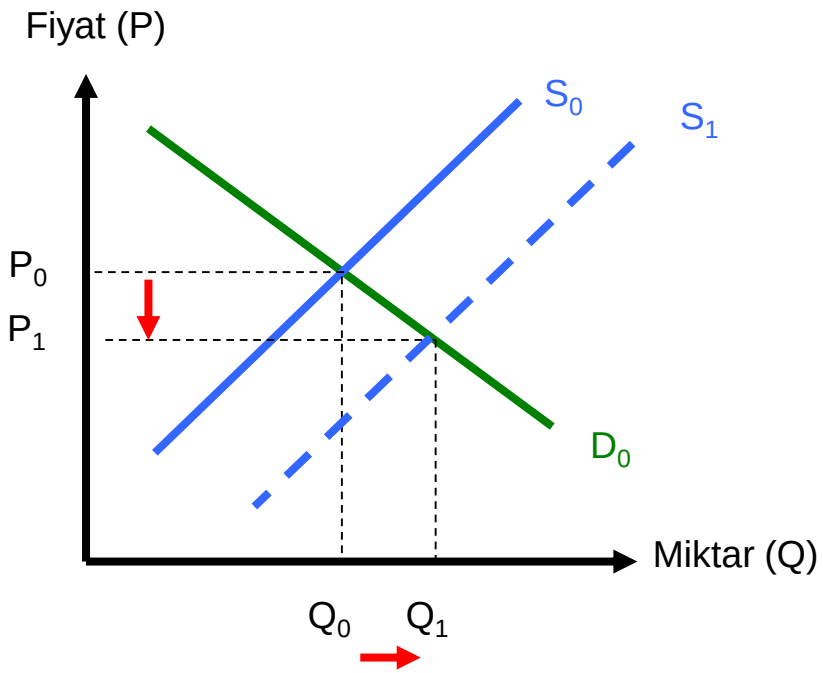


Talebin azalması

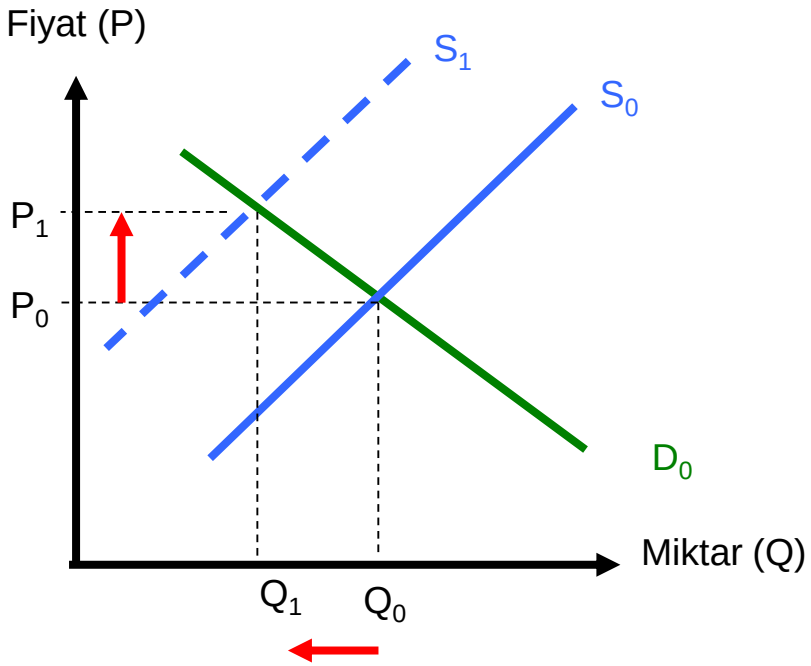


DENGE NOKTASININ DEĞİŞMESİ
ARZIN DEĞİŞMESİ

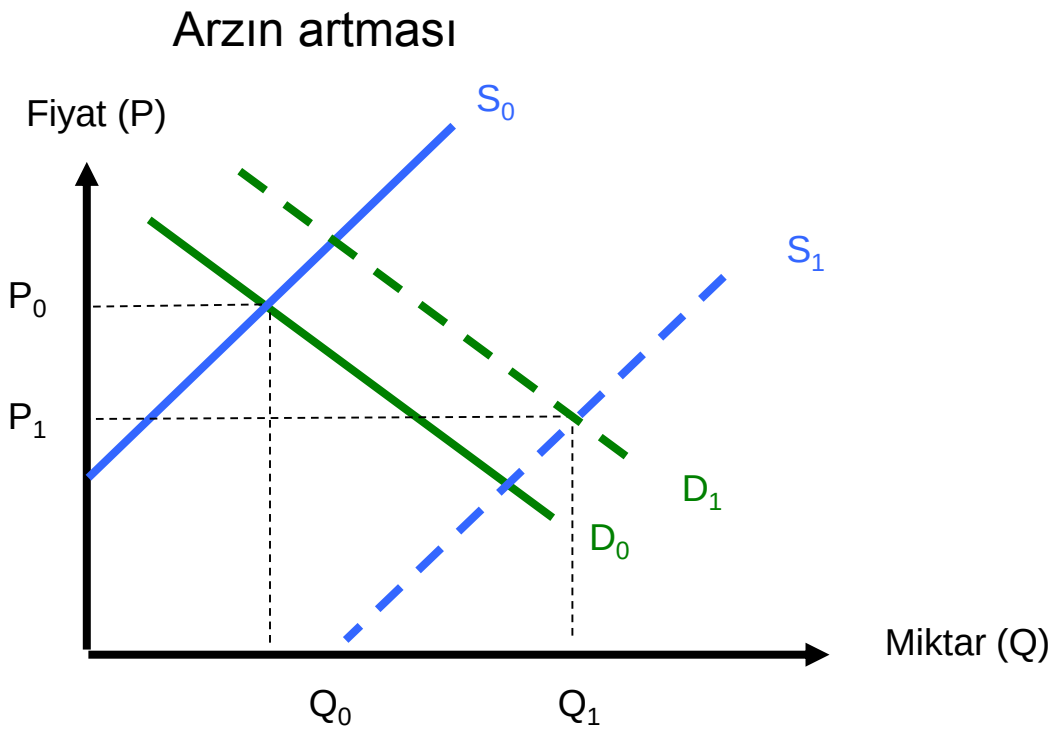
Arzın artması



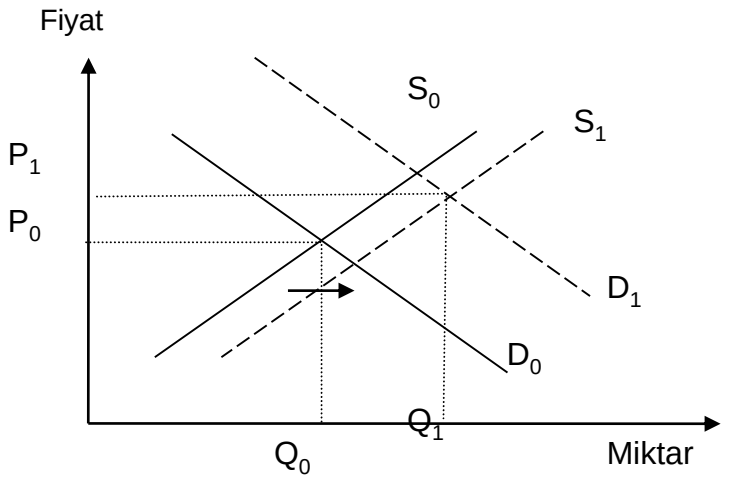
Arzın azalması



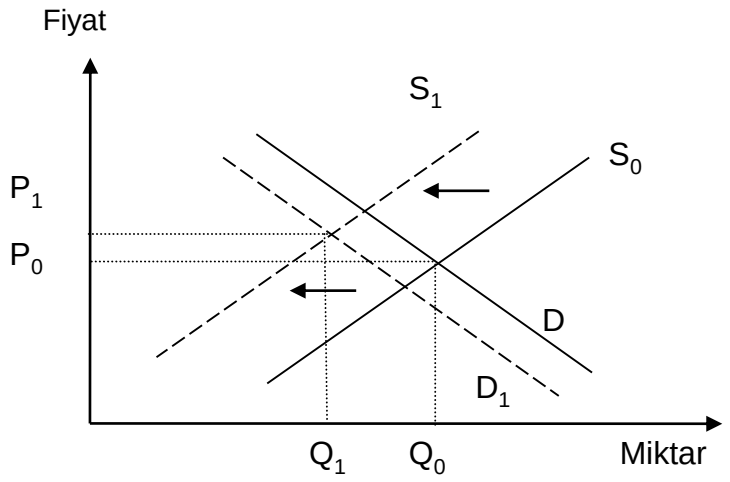
DENGE NOKTASININ DEĞİŞMESİ
TALEP VE ARZIN DEĞİŞMESİ



DENGE NOKTASININ DEĞİŞMESİ
TALEP VE ARZIN DEĞİŞMESİ



Arz ve Talebin Artması

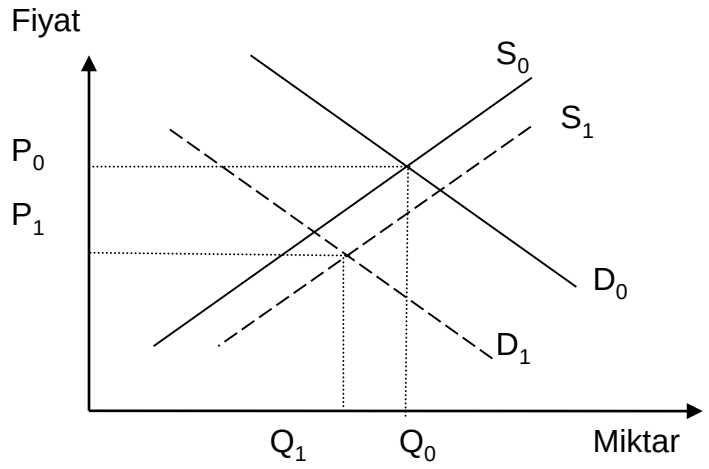


Arz ve Talebin Azalması

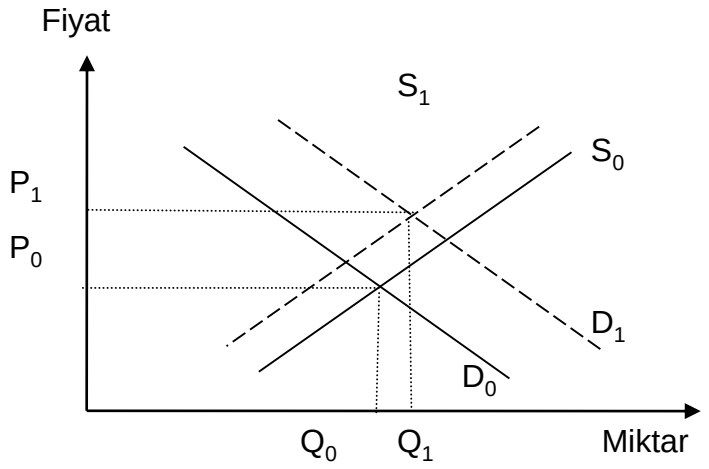
denge miktarı artacaktır
denge fiyatı?

denge miktarı azalacaktır
denge fiyatı?

DENGE NOKTASININ DEĞİŞMESİ
TALEP VE ARZIN DEĞİŞMESİ



Arz artarken talebin azalması



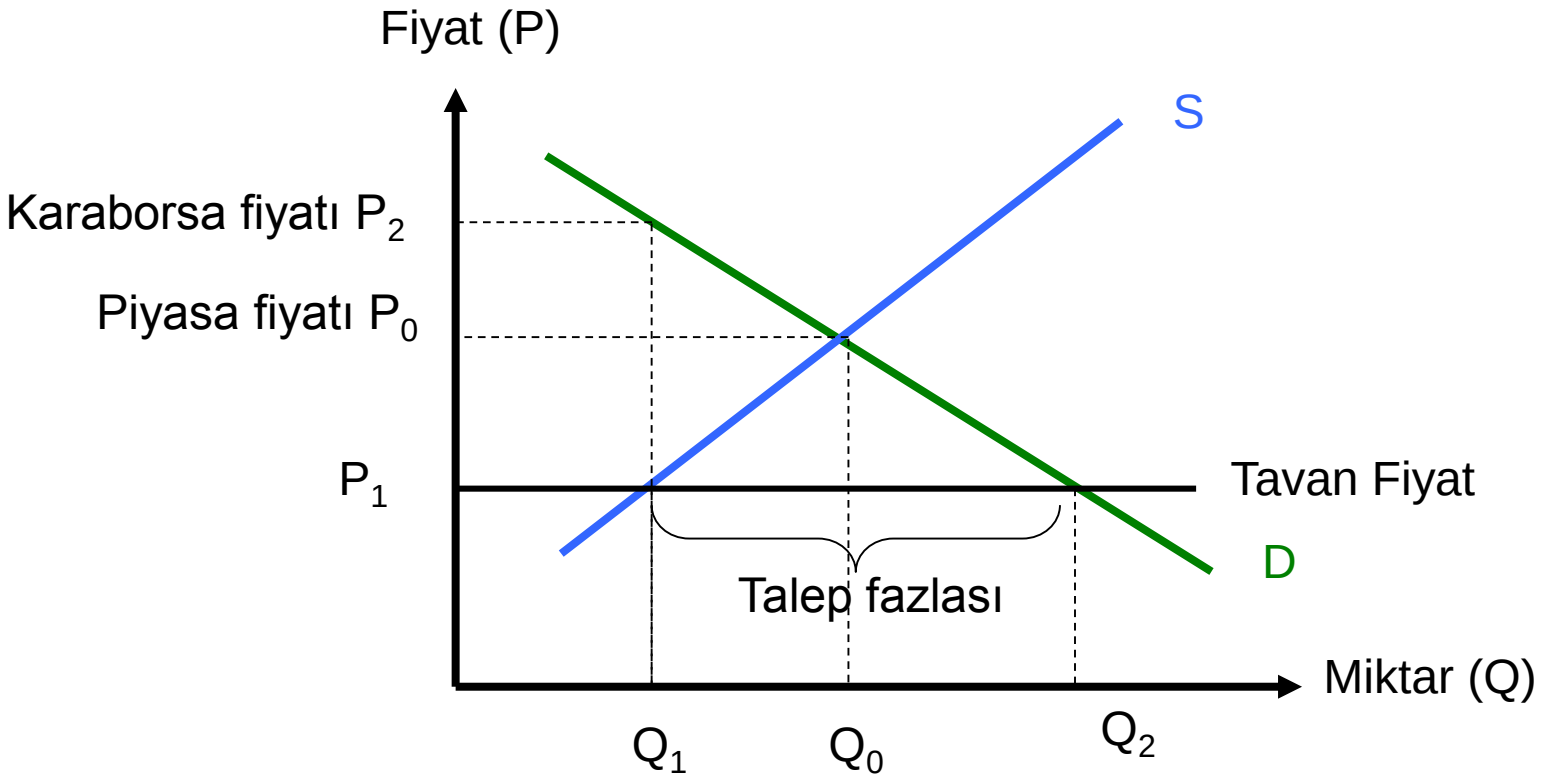
Talep artarken arzın azalması

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

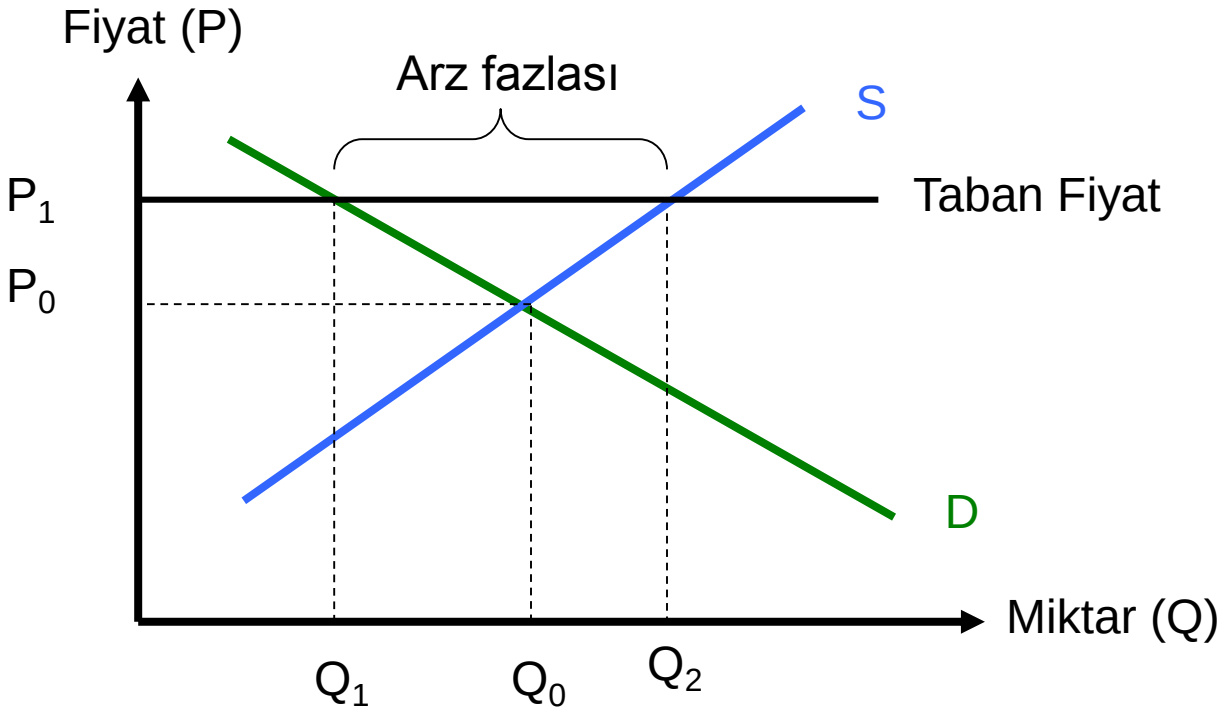


DEVLETİN FİYAT KONTROLÜ:
TAVAN FİYAT:

- *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.

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

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

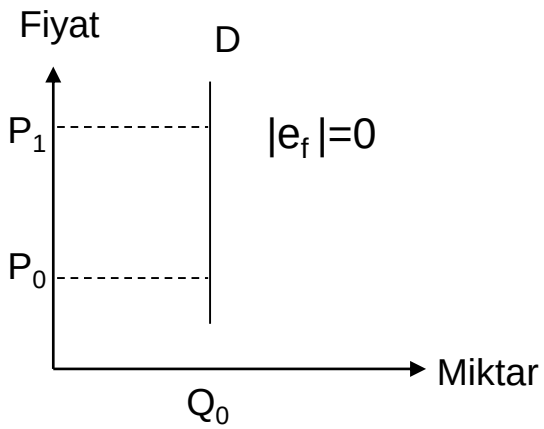
$$\text{Bir malın miktarındaki \% değişme} = \frac{\Delta Q}{Q} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}$$

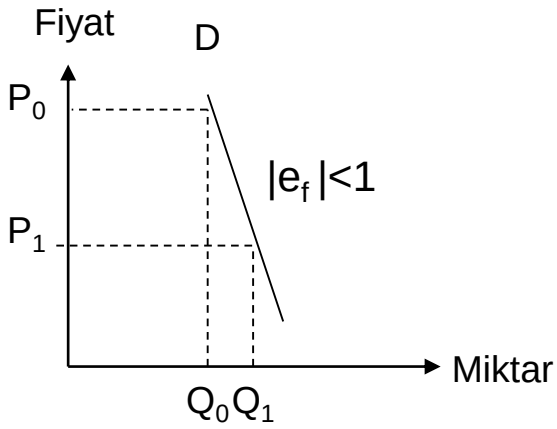
$$e_f = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{(Q_2 - Q_1) / Q_1}{(P_2 - P_1) / P_1}$$

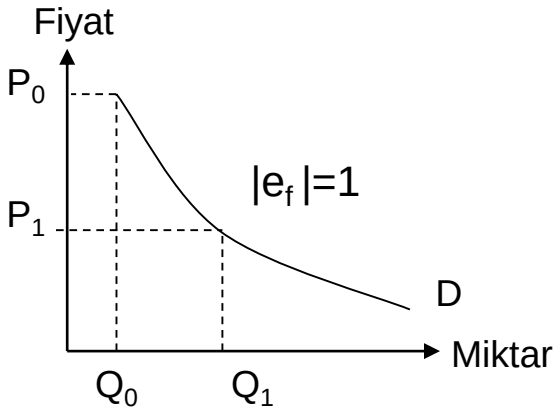
TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ

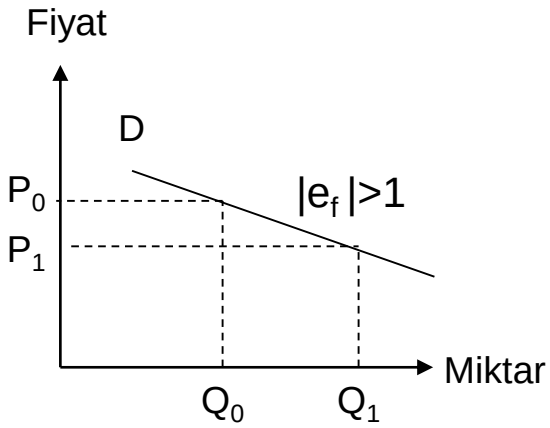
- Talebin fiyat esnekliği negatiftir ($e_f < 0$)
- Mutlak değerce esneklik ne kadar büyük ise mal fiyat değişimine karşı o kadar duyarlıdır
- Esnekliğin büyüklüğüne göre talep aşağıdaki gibi sınıflandırılır
  - $0 < |e_f| < 1$ ise esnek olmayan talep
  - $|e_f| > 1$ ise esnek talep
  - $|e_f| = 1$ ise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

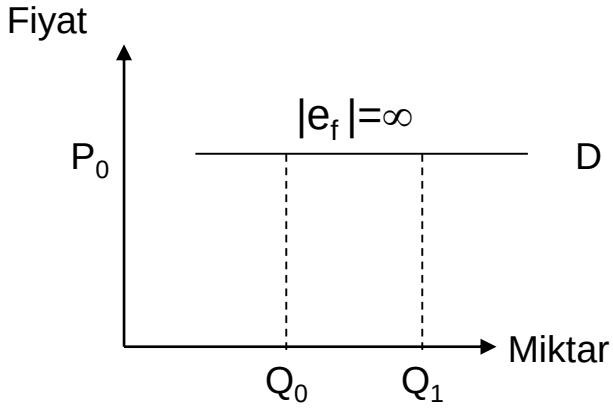
TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ











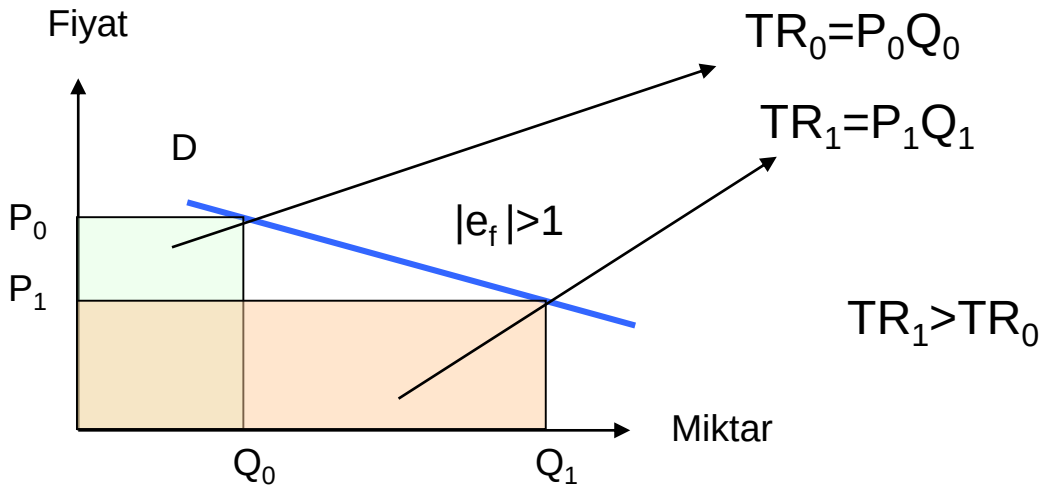
Esnek talep

TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ VE TOPLAM HASILAT

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

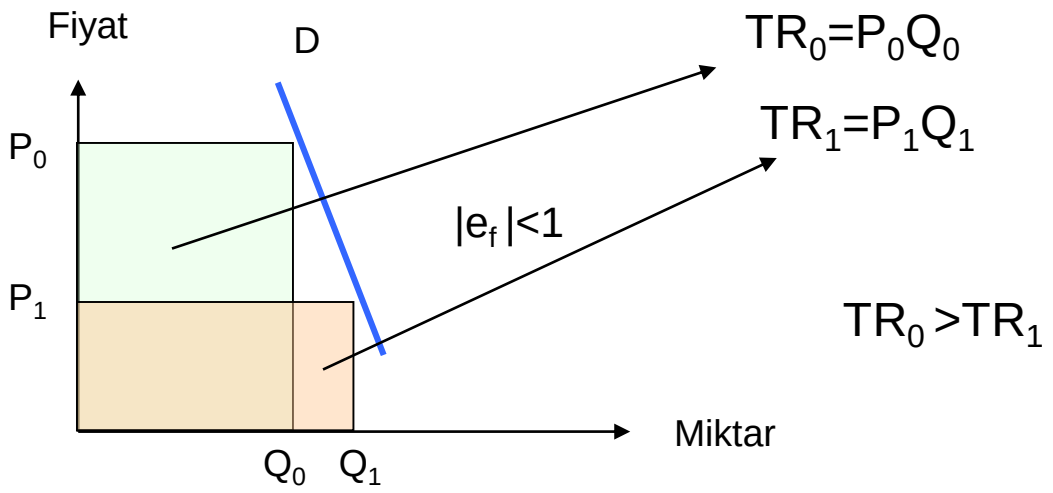
$$TR=(P)(Q)$$

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



TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ VE TOPLAM HASILAT

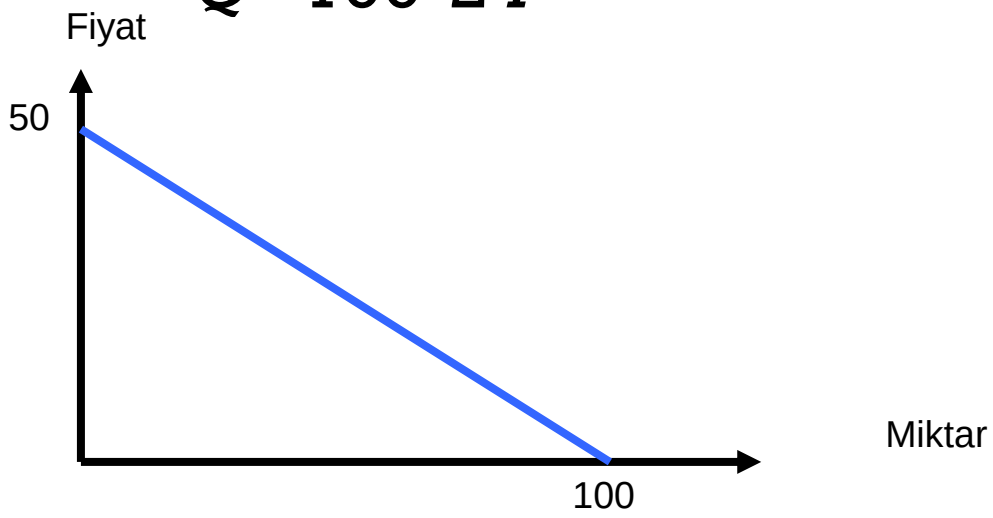
- Esnek olmayan mallar için fiyat düştükçe toplam hasılat azalır



ÖRNEK

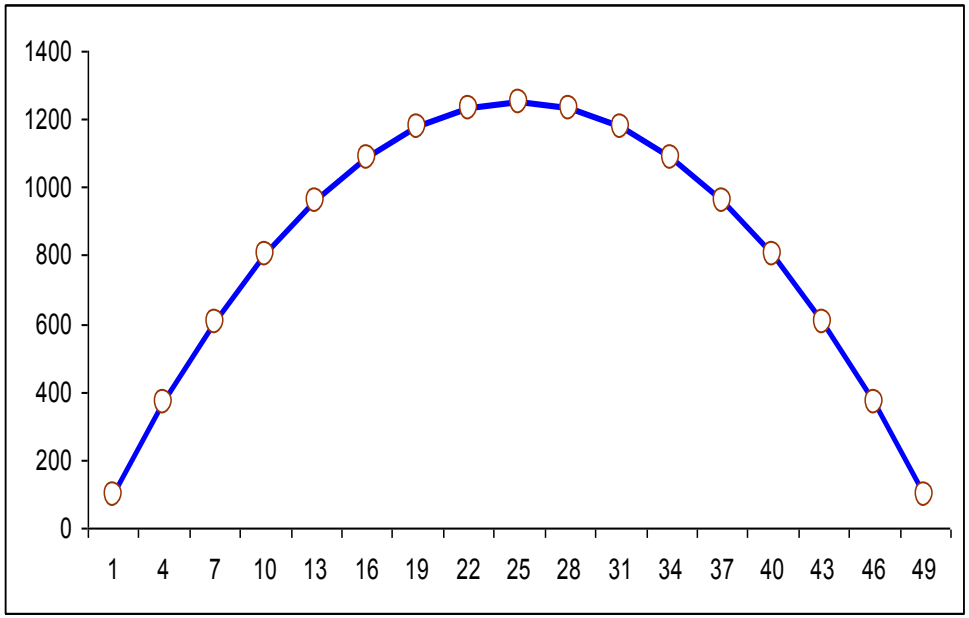
- Bir malın fiyatı (P) ile talep miktarı (Q) arasında aşağıdaki ilişki bulunmaktadır. Toplam hasılatın maksimum olması için satış fiyatı ne olmalıdır?

$$Q=100-2P$$



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



$TR = P.Q$

$= P(100-2P)$

$TR = 100P - 2P^2$

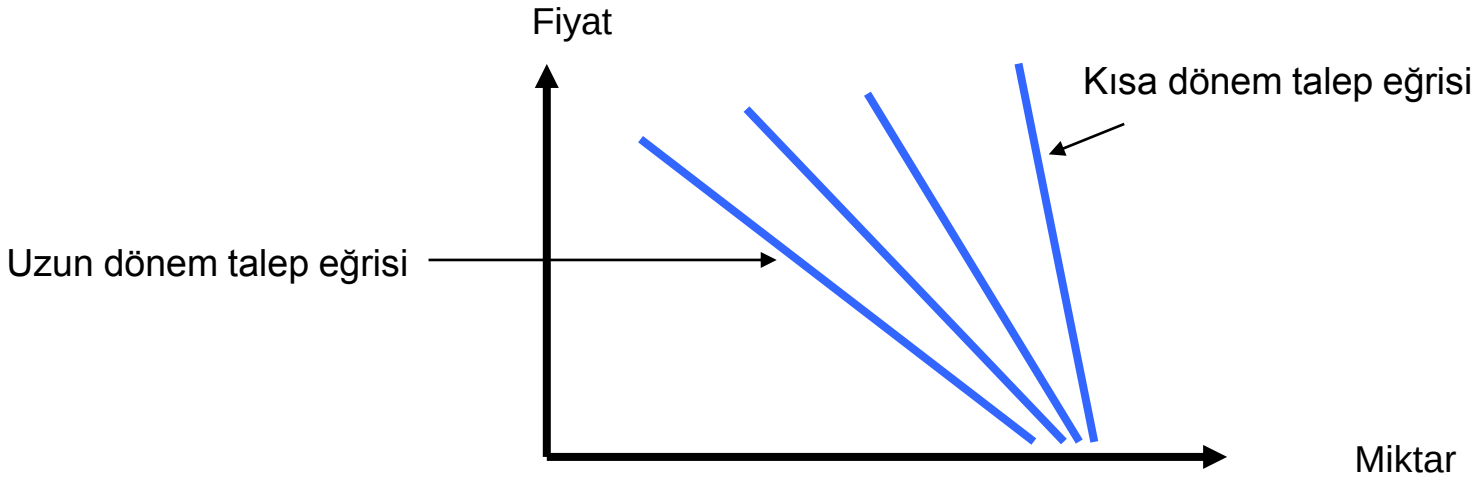
$$\frac{d(TR)}{dP} = 0$$

$100-4P=0$

$P = 25$

TALEB□N F□YAT ESNEKL□Ğ□N□ ETK□LEYEN 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

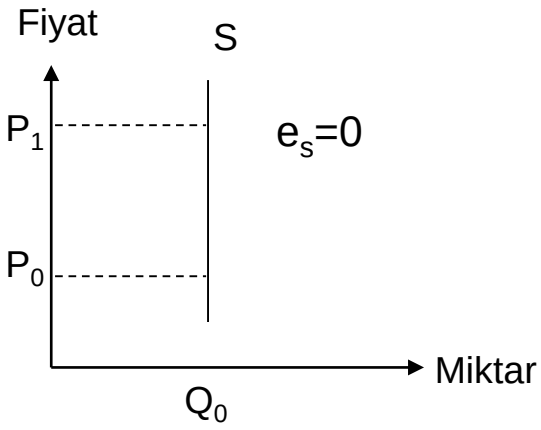
ARZ ESNEKLİĞİ

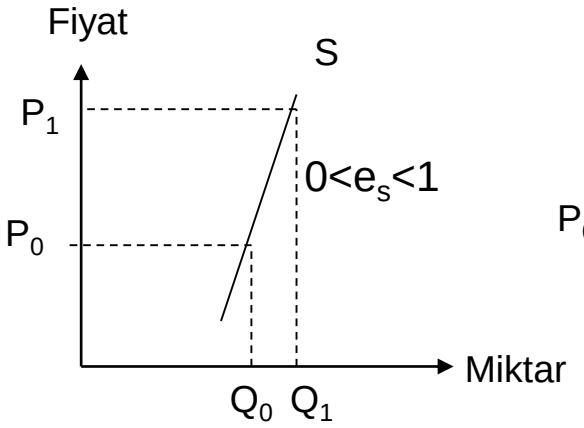
- Bir malın arzının, arzı etkileyen faktörlere karşı ne kadar duyarlı olduğunu gösterir.
- Bir malın arz miktarındaki yüzdelik değişimin fiyatındaki yüzdelik değişimine oranına arz esnekliği denir

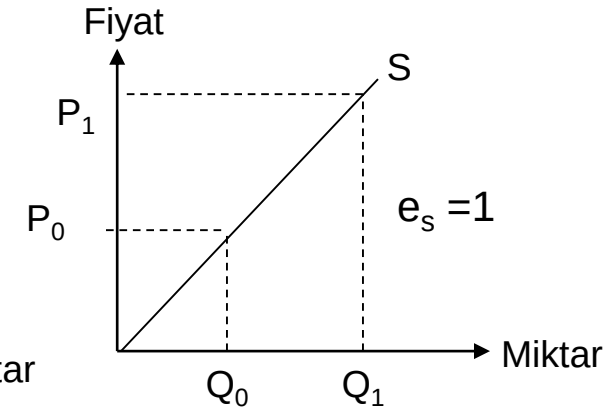
$$\text{Arz esnekliği } (e_s) = \frac{\text{Arz miktardaki \% değişme}}{\text{Fiyattaki \% değişme}}$$

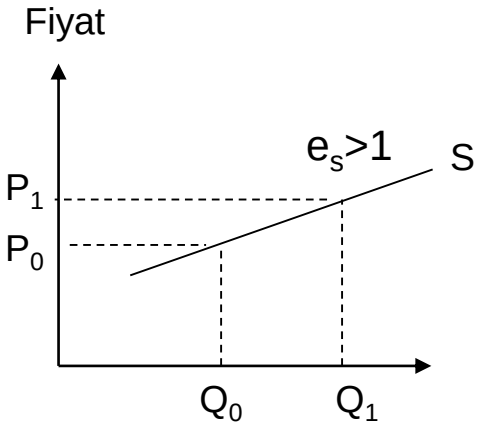
$$e_s = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{(Q_2-Q_1)\,/\,Q_1}{(P_2-P_1)\,/\,P_1}$$

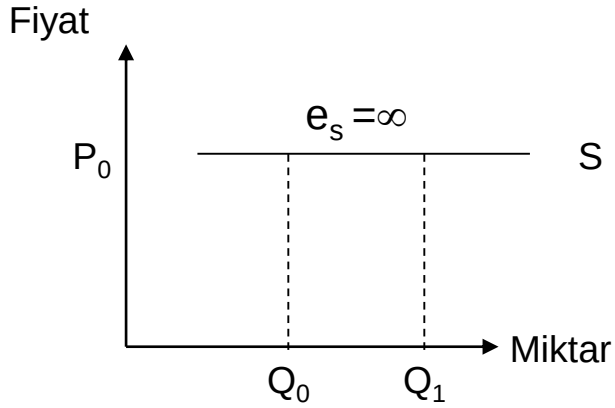
ARZ ESNEKLİĞİ ÇEŞİTLERİ





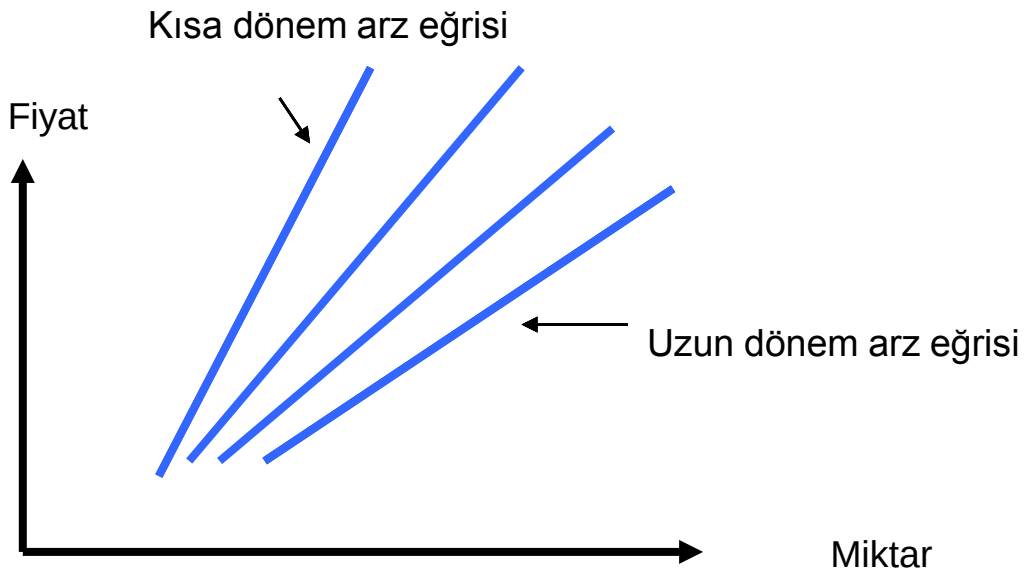






ARZ ESNEKLİĞİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

- 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

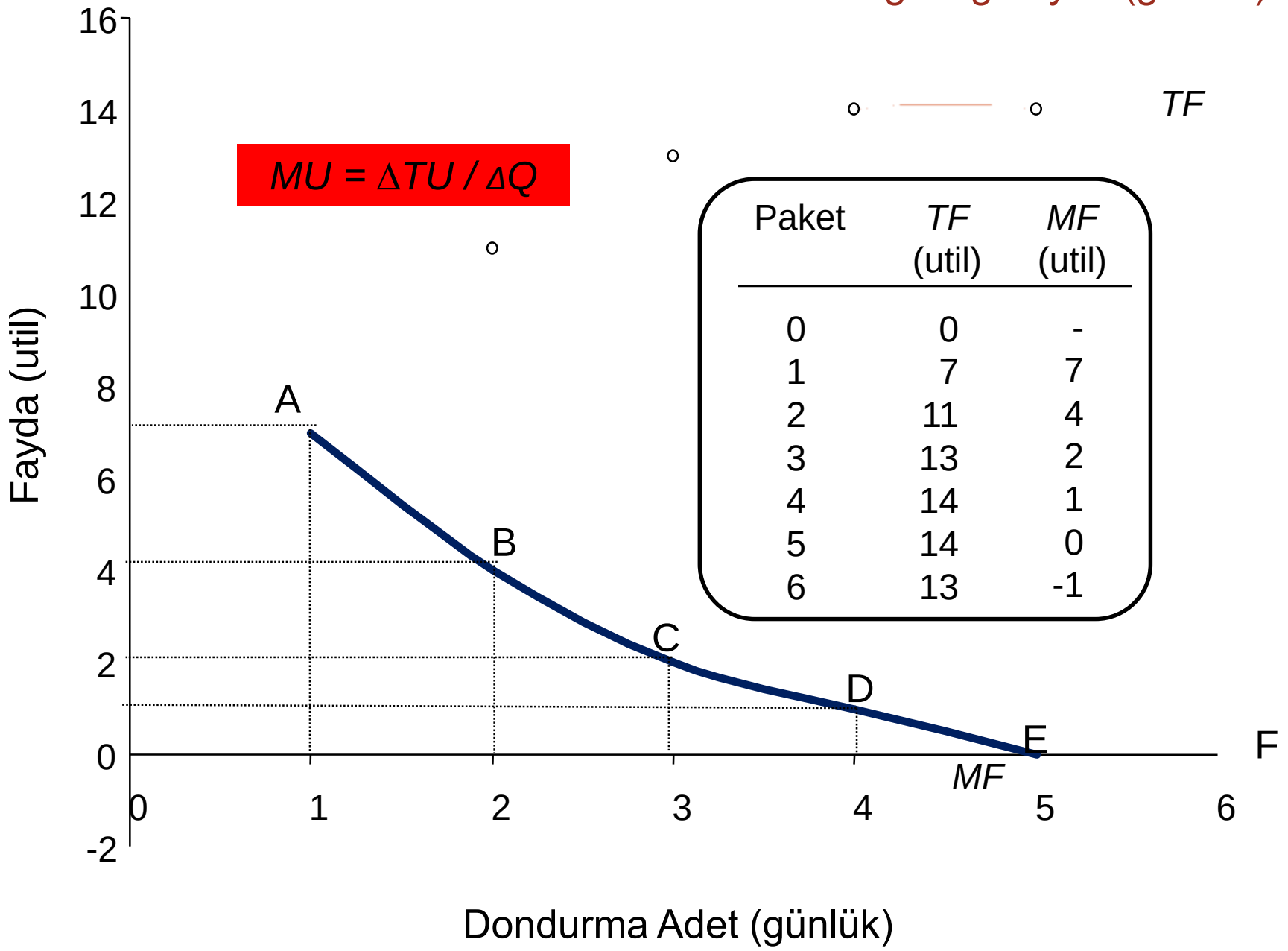
Faydanın ölçülebilir olduğunu savunmuşlar ve her mel ve hizmet grubunu belirli bir fayda birimi ile ifade etmişler, diğer ölçü birimleri gibi fayda birimi kullanmışlardır. Bu fayda birimi utildir. Örneğin 1 kg et= 36 fayda birimi(util), 1kğ elma 8 fayda birimi(util) gibi

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.

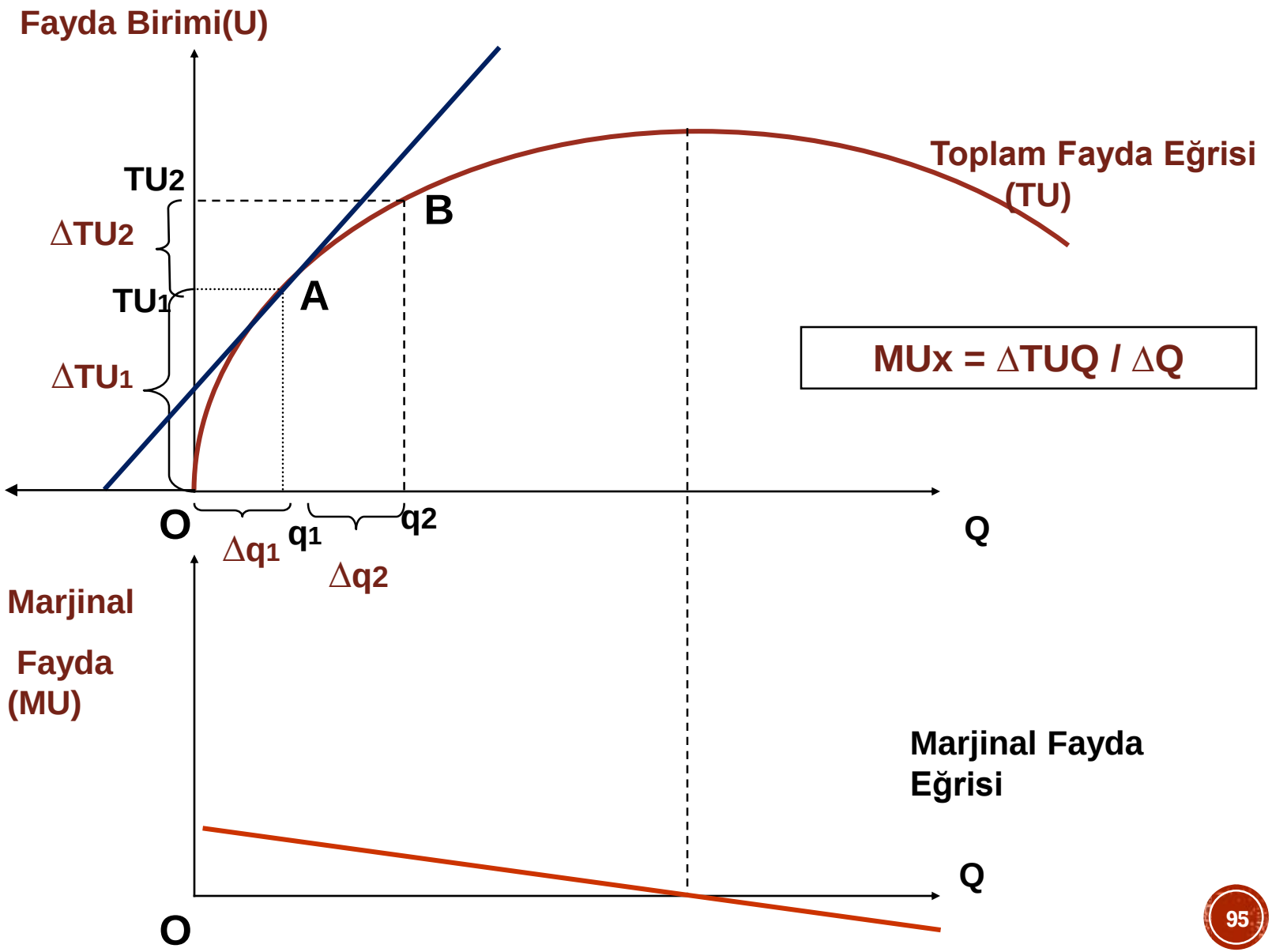
- Mal ve hizmetlerden elde edilen fayda onlara duyulan ihtiyacın şiddetine bağlıdır. İhtiyacın şiddeti ne kadar fazla ise elde dilen fayda da o kadar fazladır, şiddet azaldığında fayda azalır.
- İhtiyaçlar giderildiğinde nasıl fayda azalıyorsa sağlanacak olan marjinal fayda da azalır.

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

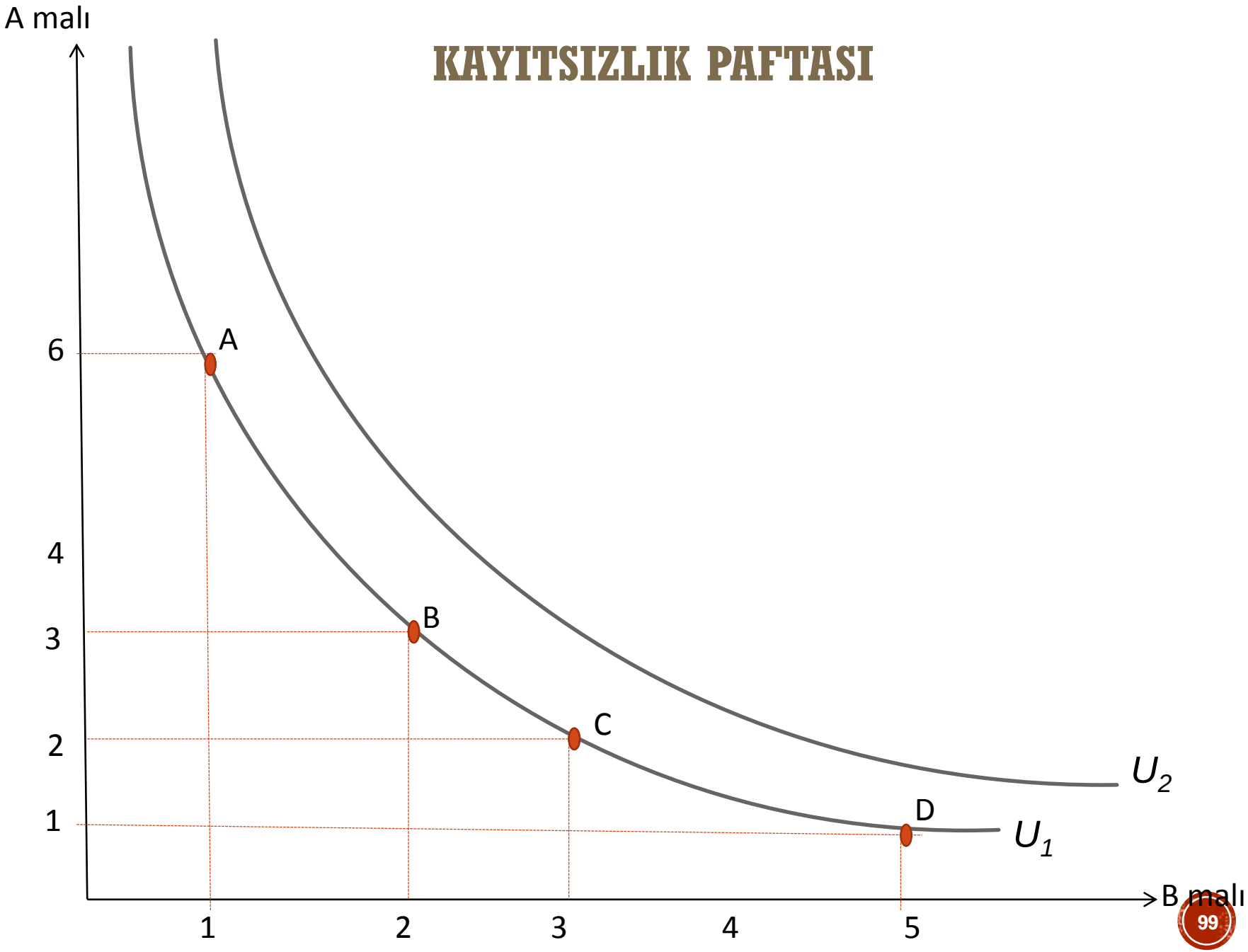
- Rasyonelliktir

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)

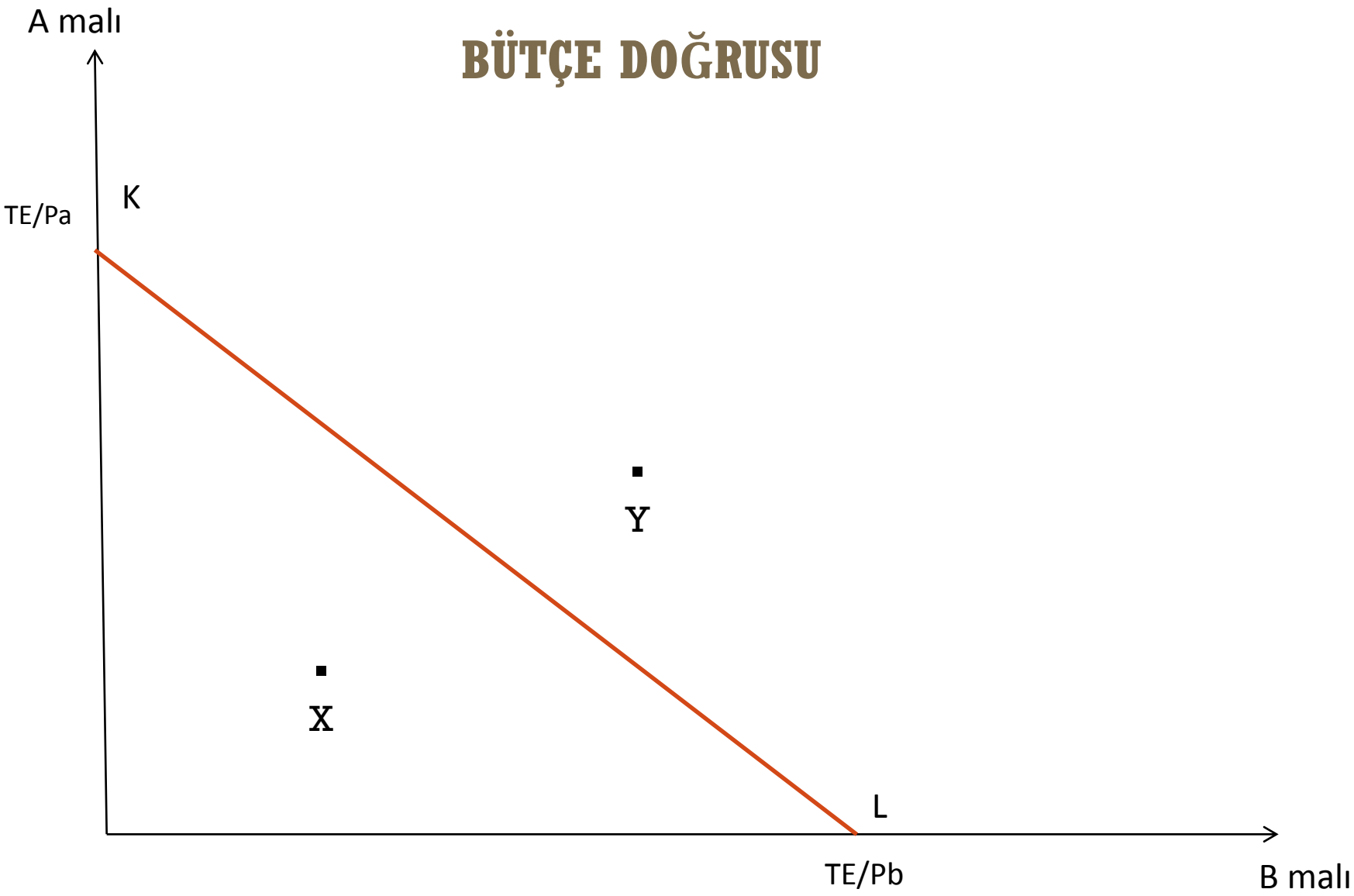
KAYITSIZLIK EĞRİLERİNİN ÖZELLİKLERİ

- ✓ 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

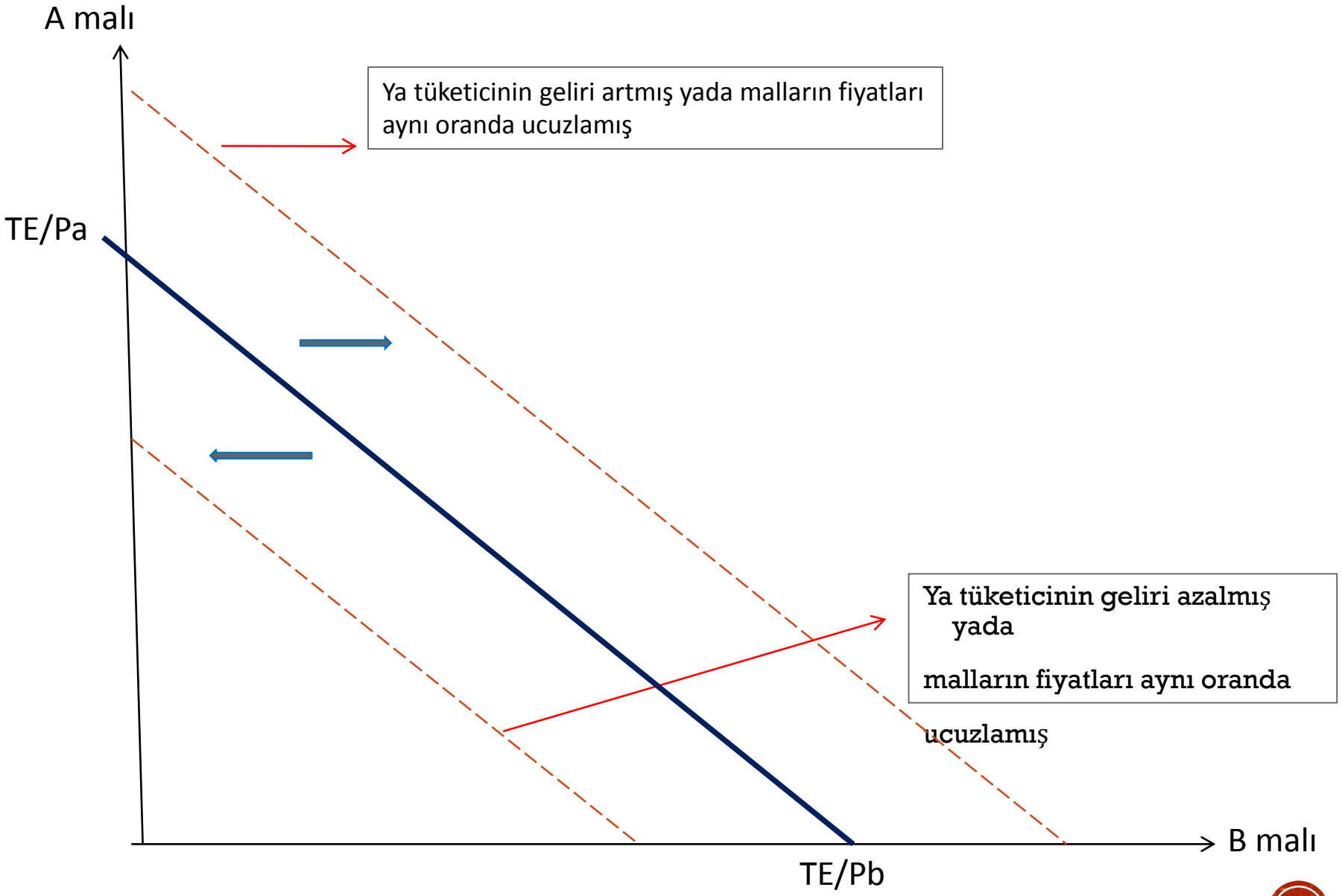
BÜTÇE DOĞRUSU

- 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.**

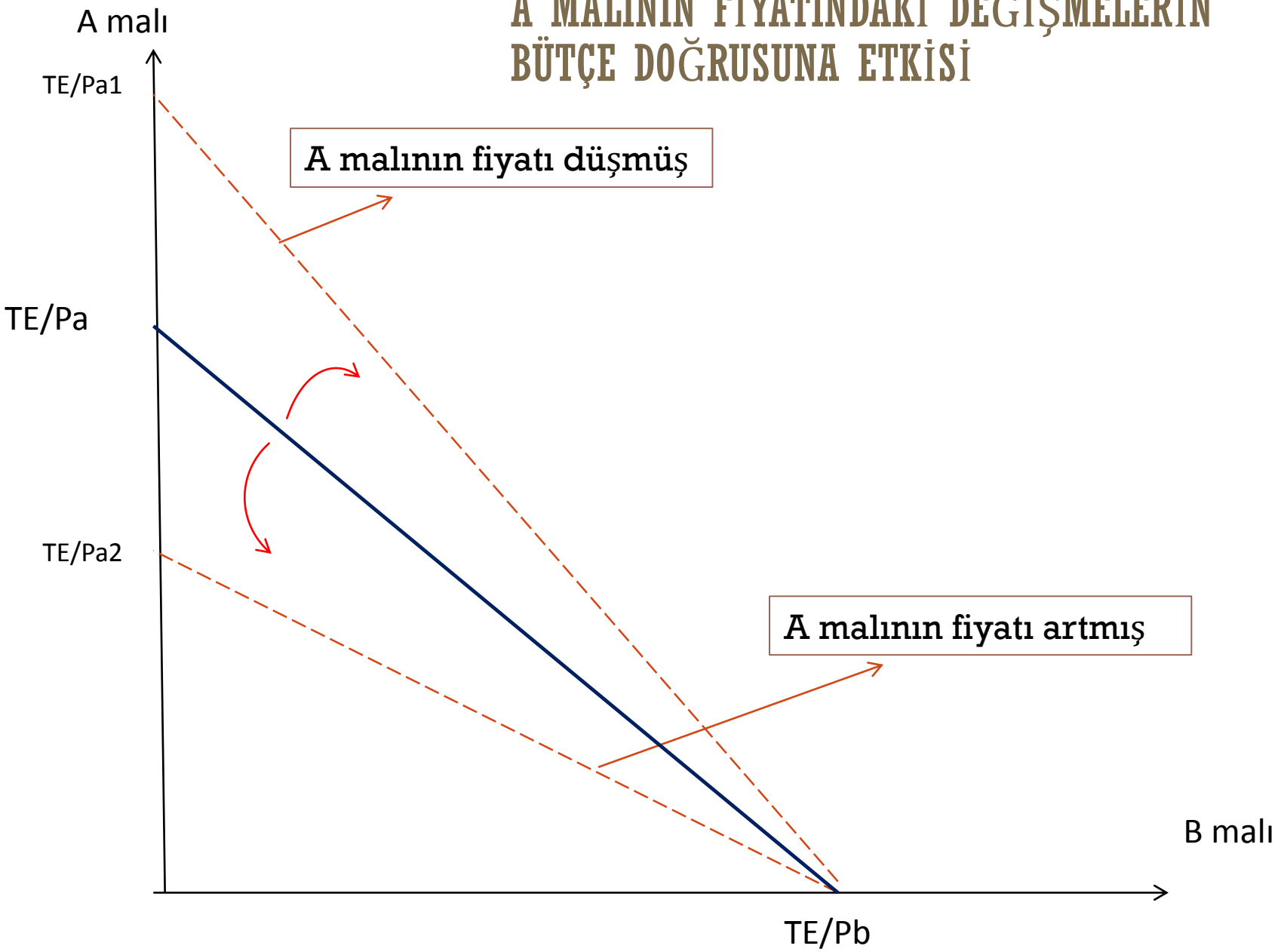
BÜTÇE DOĞRUSU



GELİR ARTIŞININ BÜTÇE DOĞRUSUNA ETKİSİ



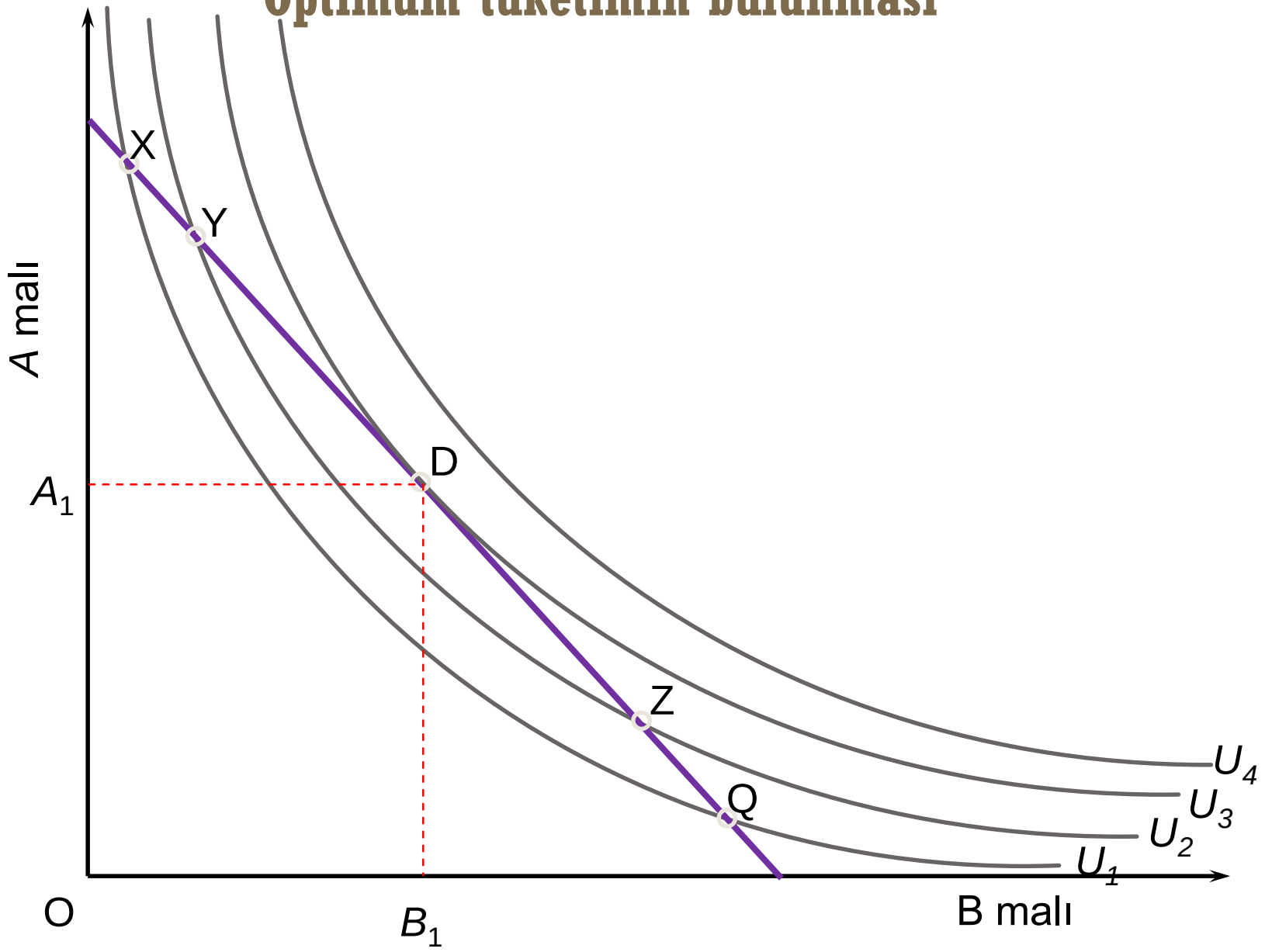
A MALININ FİYATINDAKİ DEĞİŞMELERİN BÜTÇE DOĞRUSUNA ETKİSİ



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



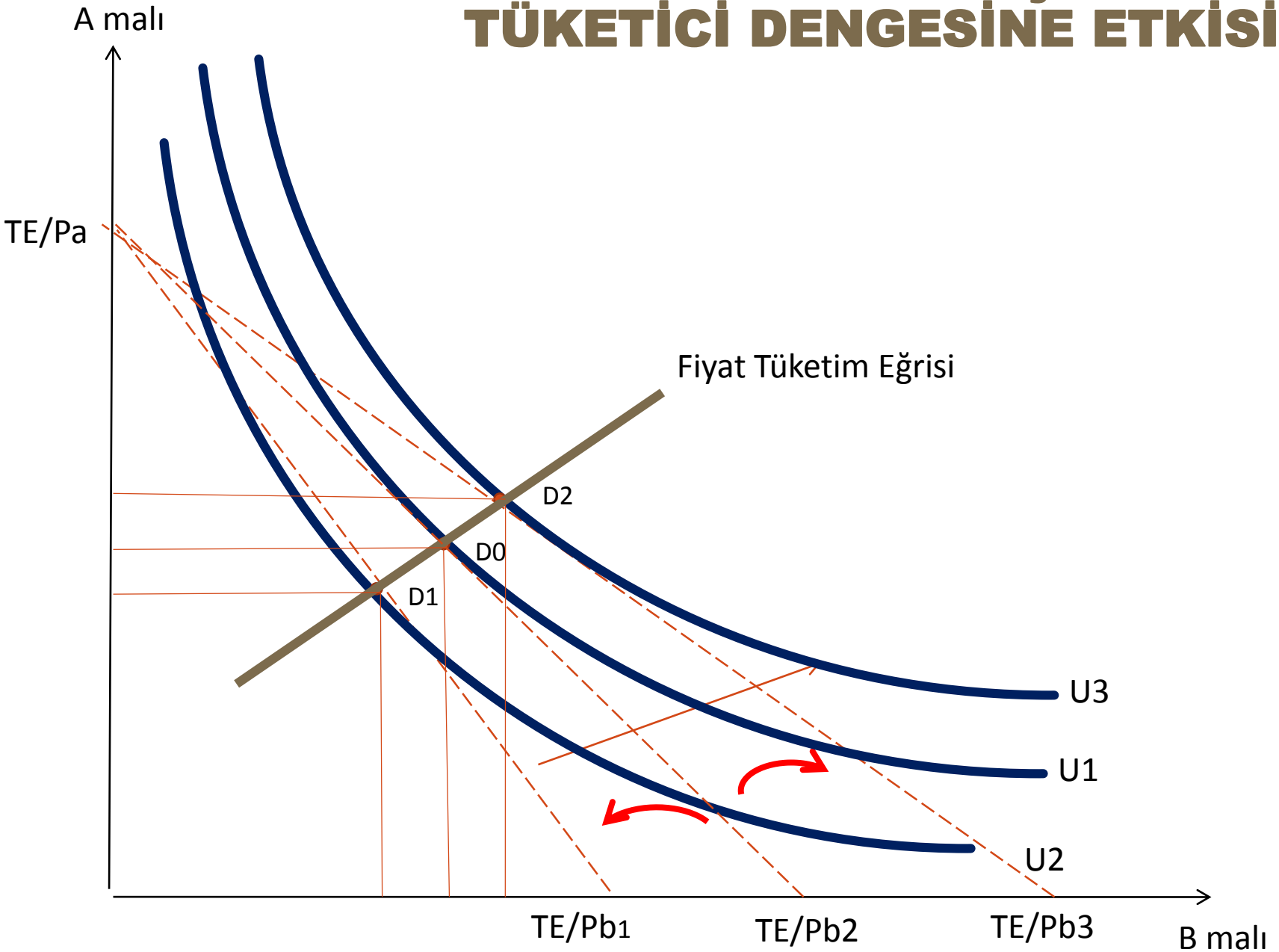
DENGE NOKTASINDAKİ DEĞİŞMELER

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.

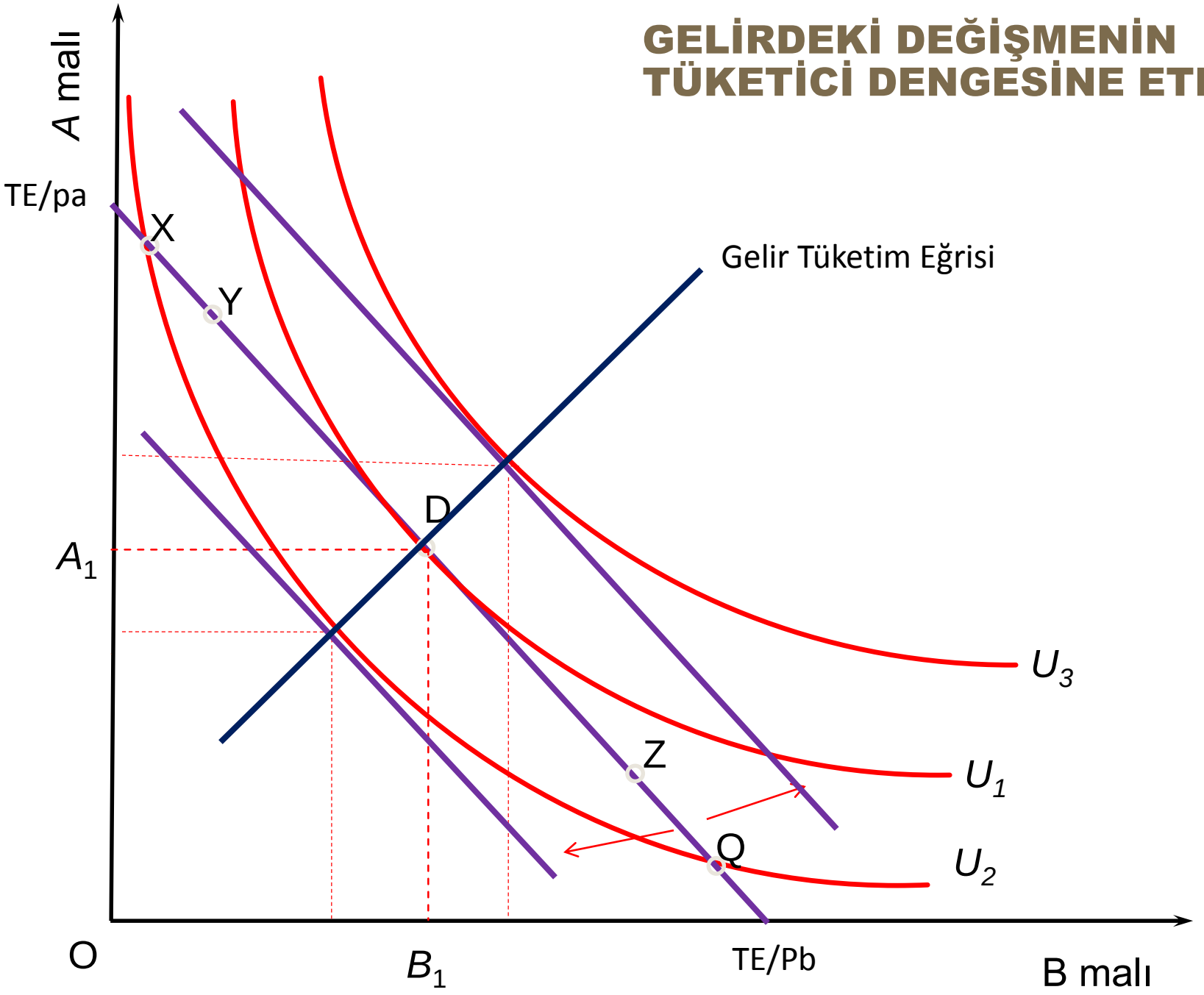
FİYATLARDAKİ DEĞİŞMENİN TÜKETİCİ DENGESİNE ETKİSİ



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

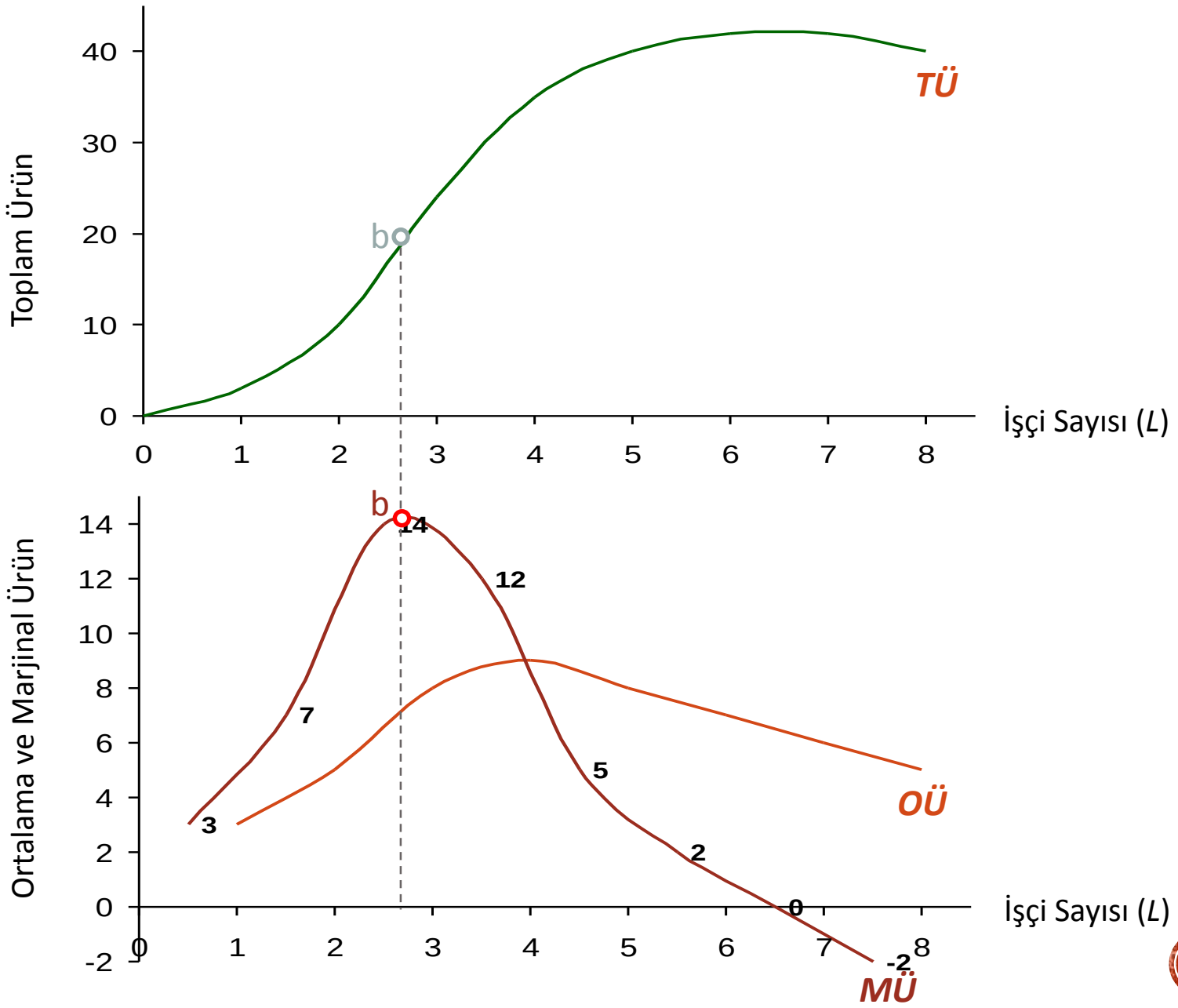
Ulusal ekonomilerde, ister firma bazında, isterse de ülke ekonomisi bazında Azalan Verim Yasası geçerlidir. Her ne kadar, Adam Smith‘ Artan Verimlilik’ anlayışını gündeme getirmiş olsa da, günümüzde, tarımsal üretimde ve sanayi üretiminde artan nüfusa bağlı olarak David Ricardo'nun dile getirdiği ve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

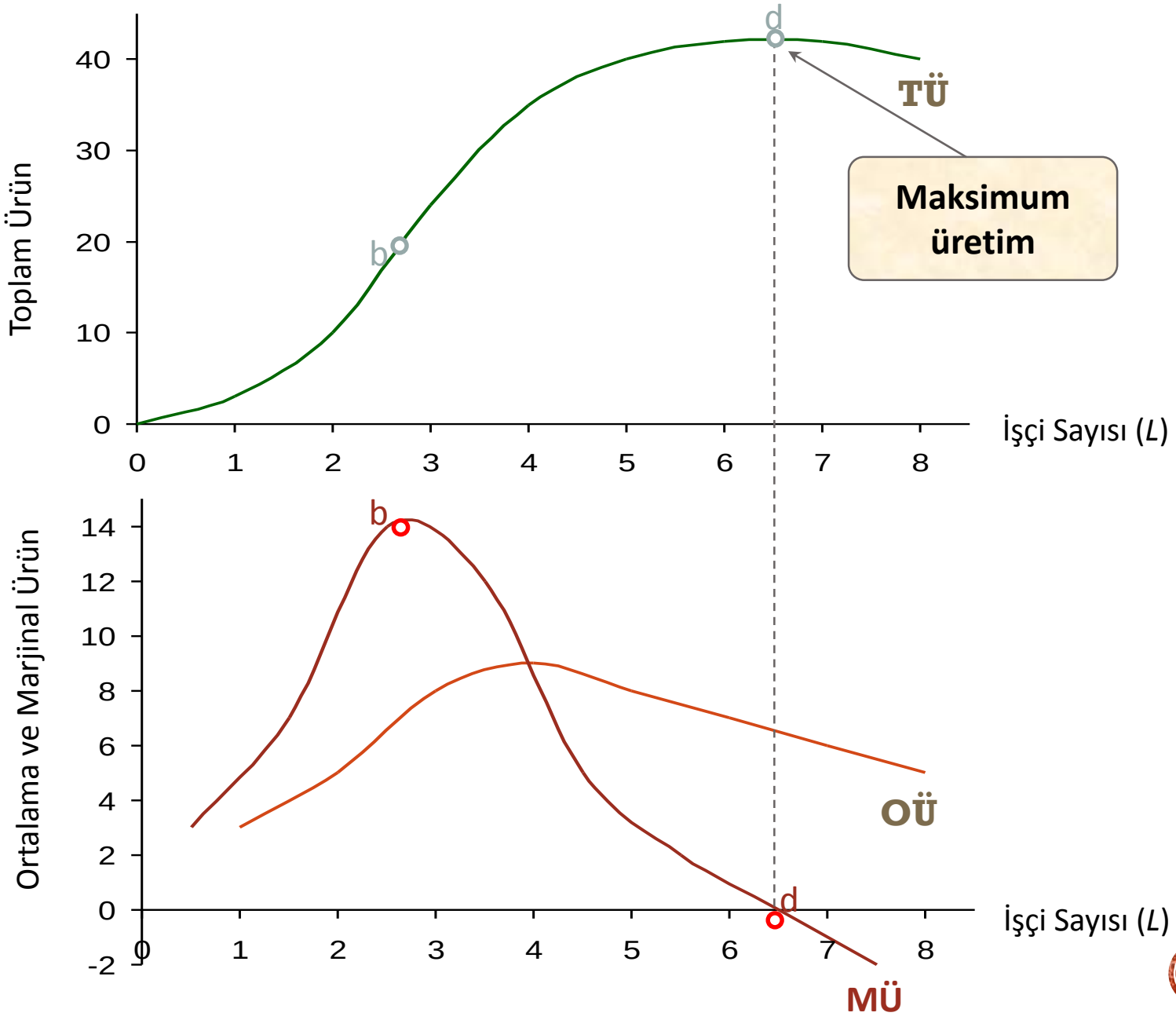
- Firma bazında, doğal kaynaklar, emek ve sermaye üretim faktörleri, yani hammadde, işgücü ve makine-techizat miktarı arasında oluşturulan hassas dengeye **Optimal Faktör Bileşim Oranı,** diyoruz. Eğer, üç üretim faktörü arasındaki hassas denge bozulup, bir veya iki üretim faktörünün miktarı sabit tutulur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

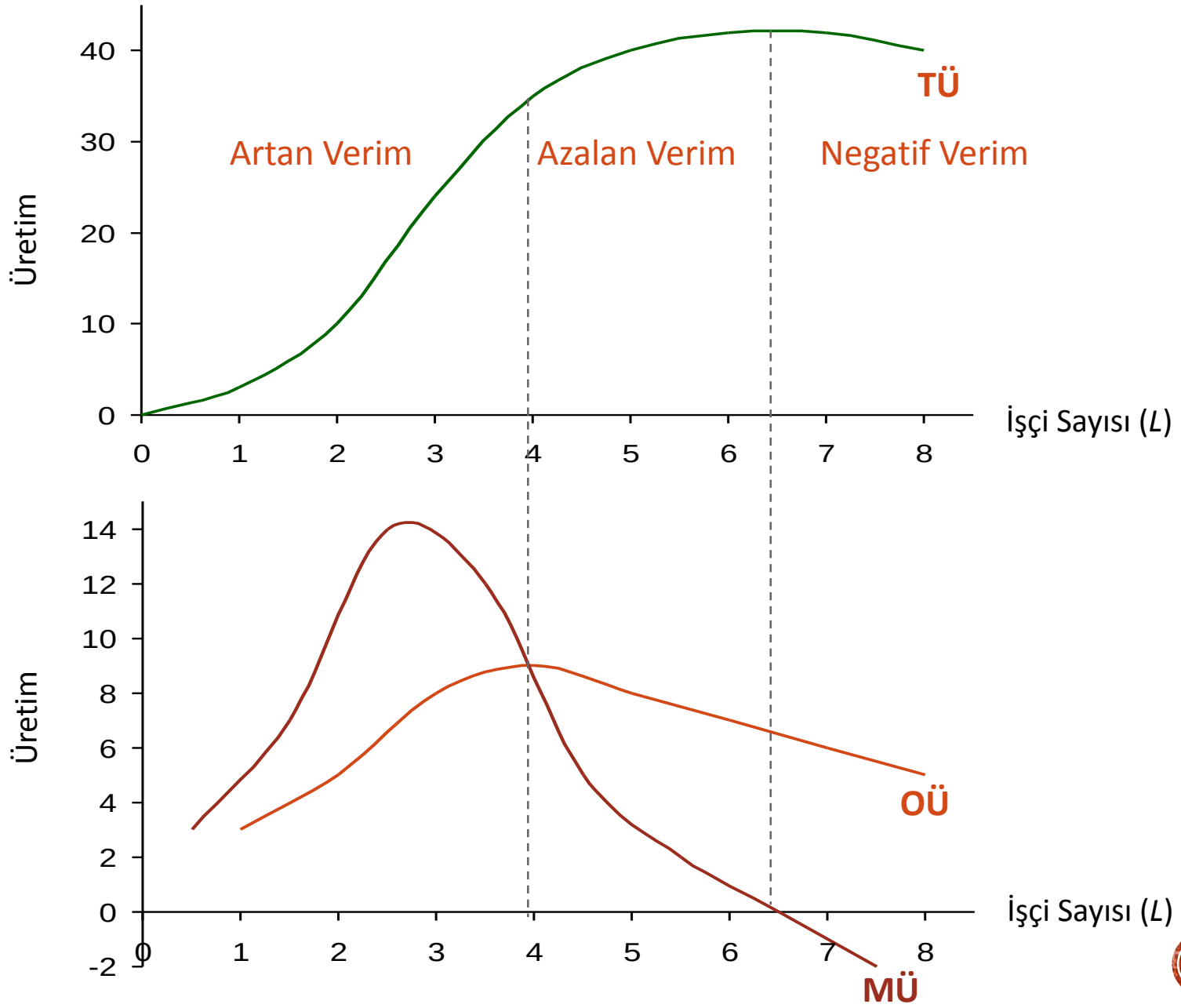
- Toplam Ürün=f(Üretim Faktörleri)

- 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

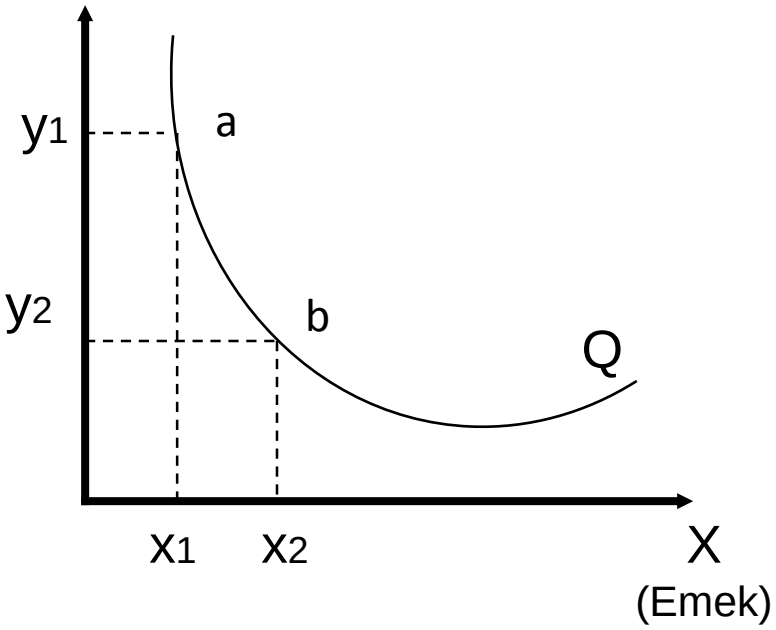

Üretim
40
30
20
10
0
TÜ
Artan Verim
Azalan Verim
Negatif Verim
0 1 2 3 4 5 6 7 8
İşçi Sayısı (L)
Üretim
14
12
10
8
6
4
2
0
-2
OÜ
MÜ
0 1 2 3 4 5 6 7 8
İşçi Sayısı (L)

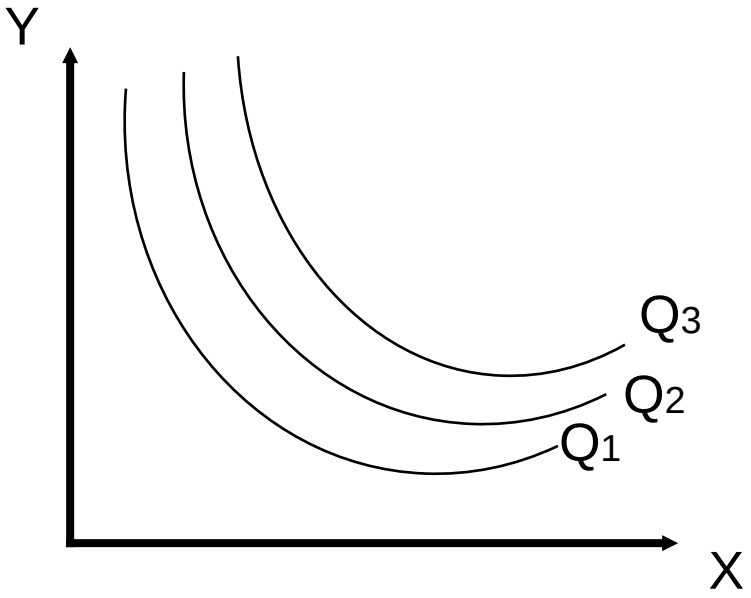
Optimal Faktör Bileşimi Seçimi

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

- Eş Ürün eğrisi
- Eş maliyet doğrusu

Eş Ürün Eğrileri





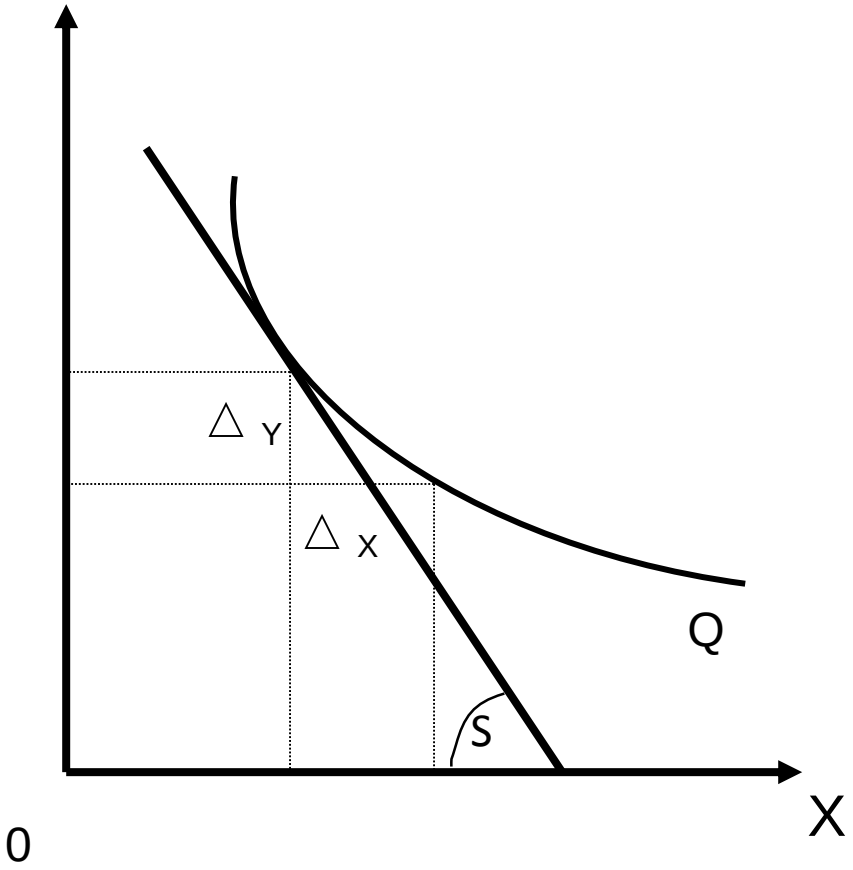
Üreticiye aynı üretim düzeyini sağlayan farklı girdi bileşimlerini gösteren bir eğridir.

Eş ürün Eğrilerinin Özellikleri

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

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

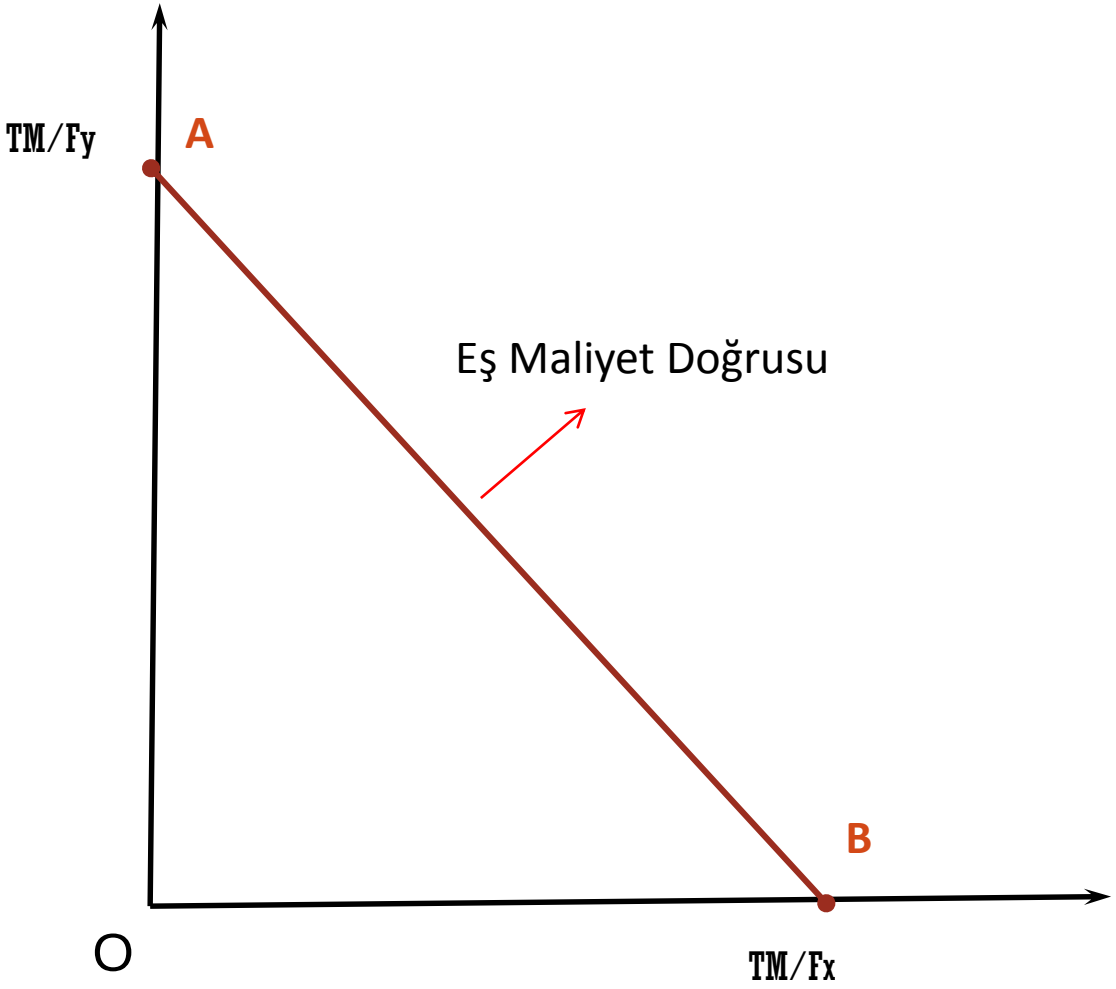
Marjinal Teknik İkame Oranı



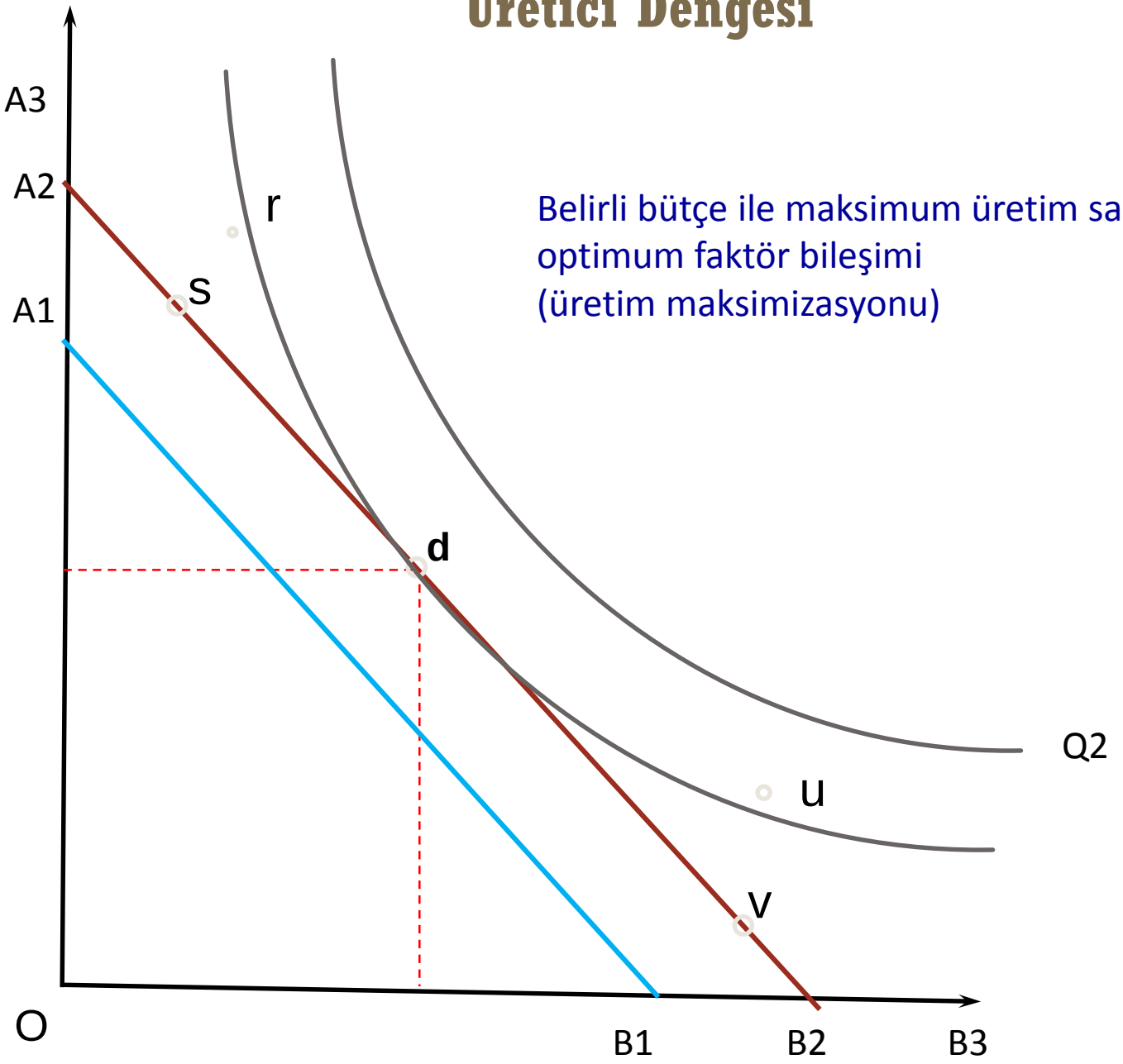
Bir üretim faktörü artarken diğeri azaldığı için ΔY/ΔX değeri negatiftir.

Eş Maliyet Doğrusu

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



Üretici Dengesi

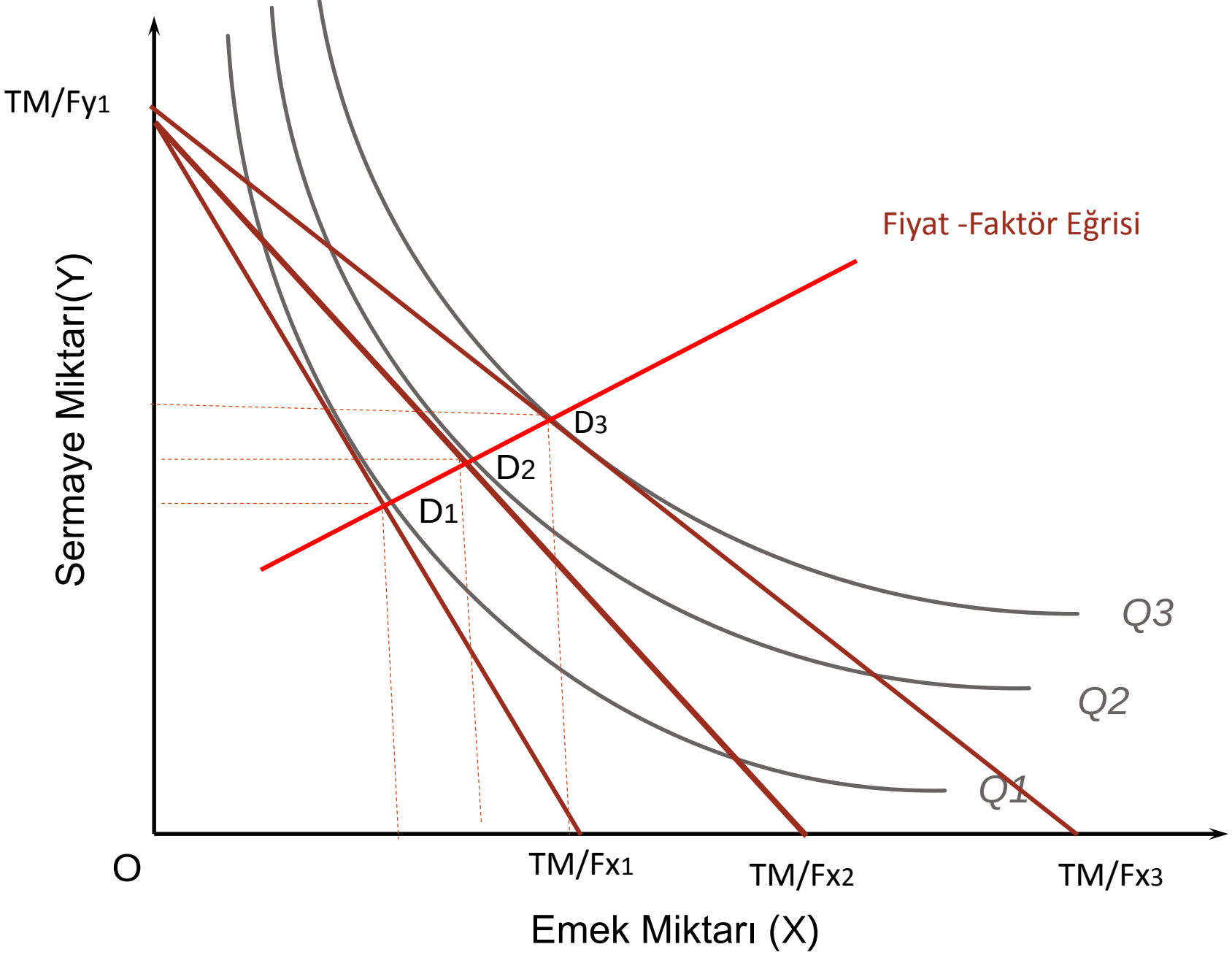


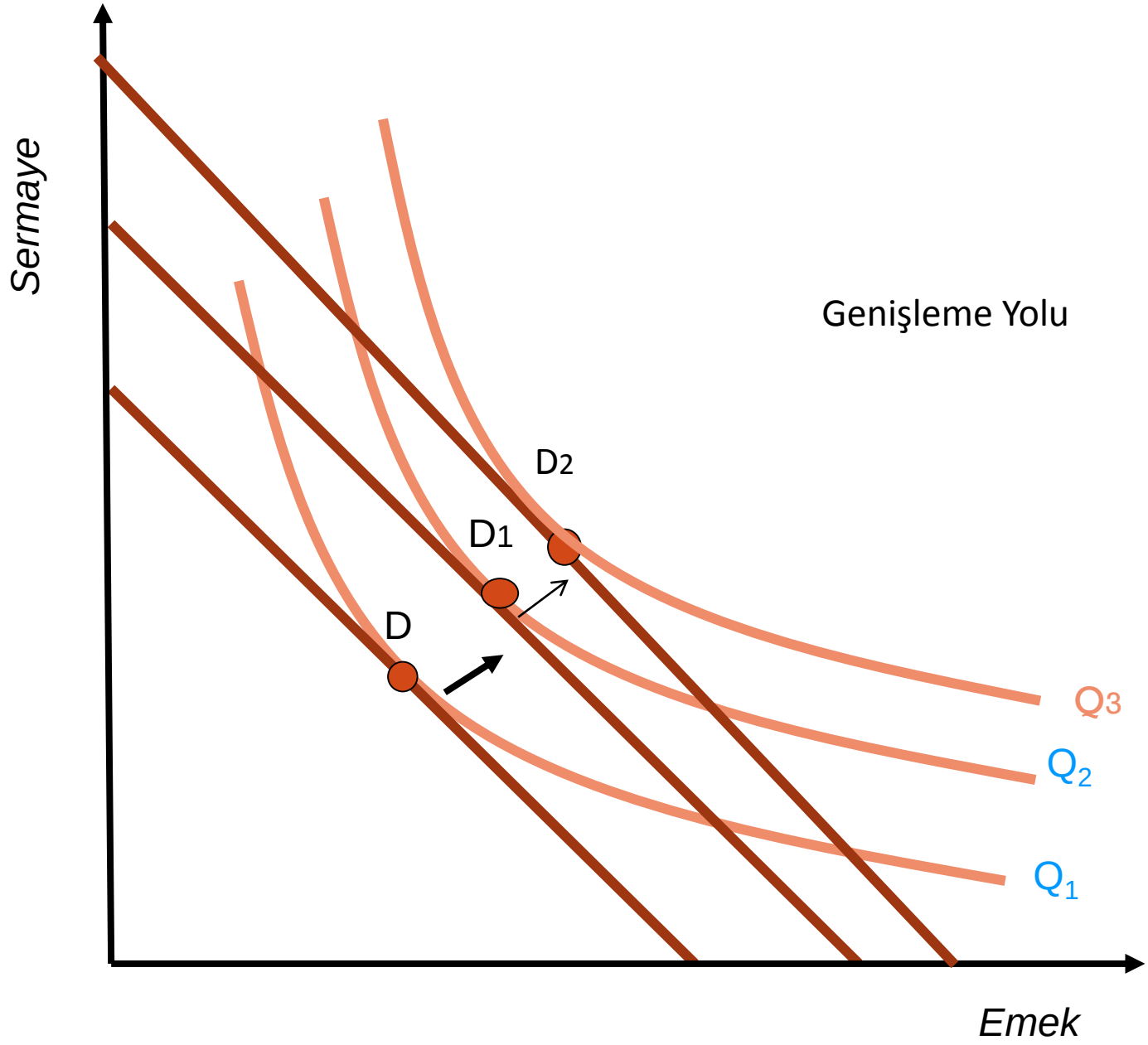
Belirli bütçe ile maksimum üretim sağlayan optimum faktör bileşimi (üretim maksimizasyonu)

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

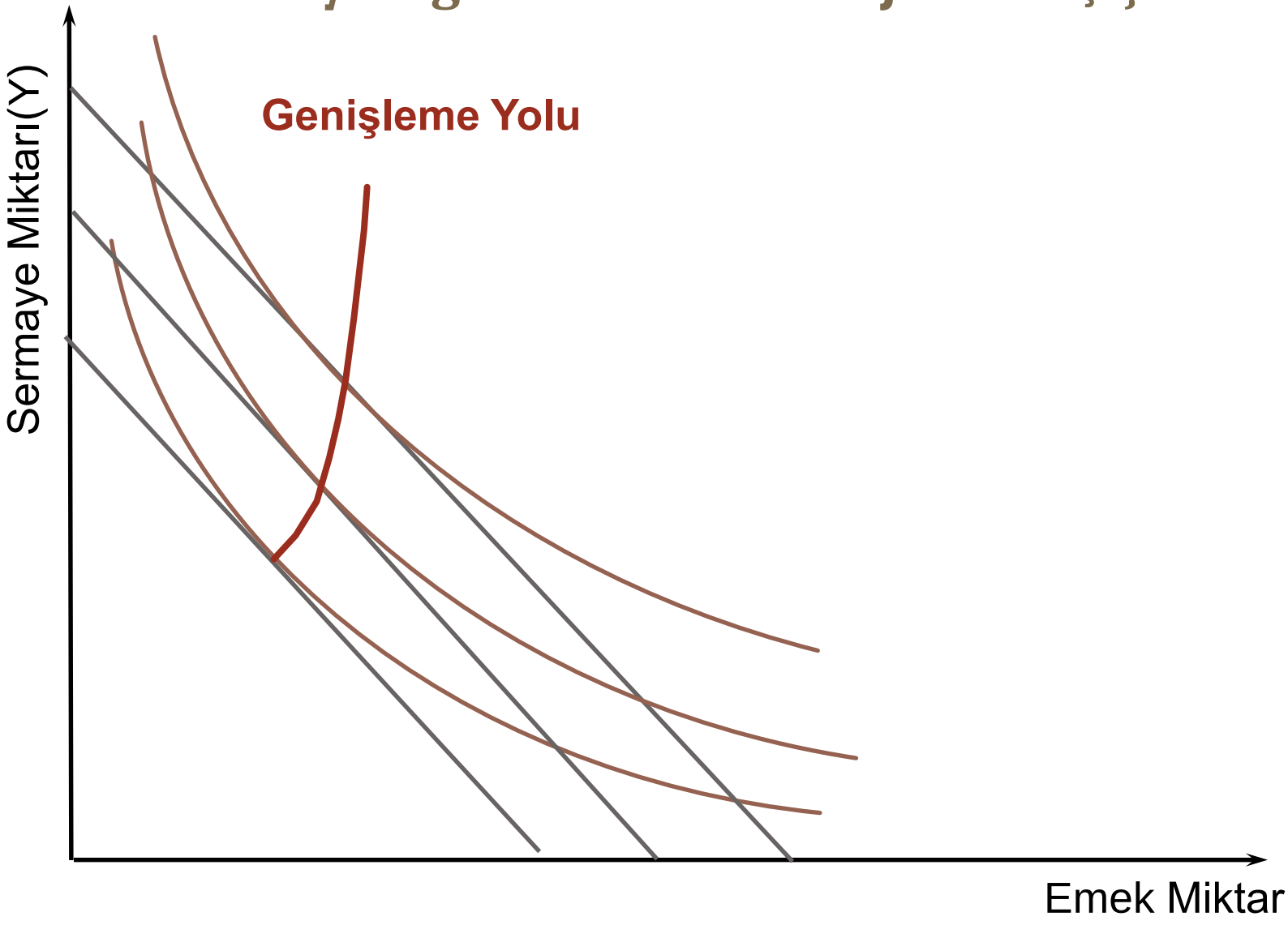



Sermaye
Genişleme Yolu
D2
D1
D
Q3
Q2
Q1
Emek

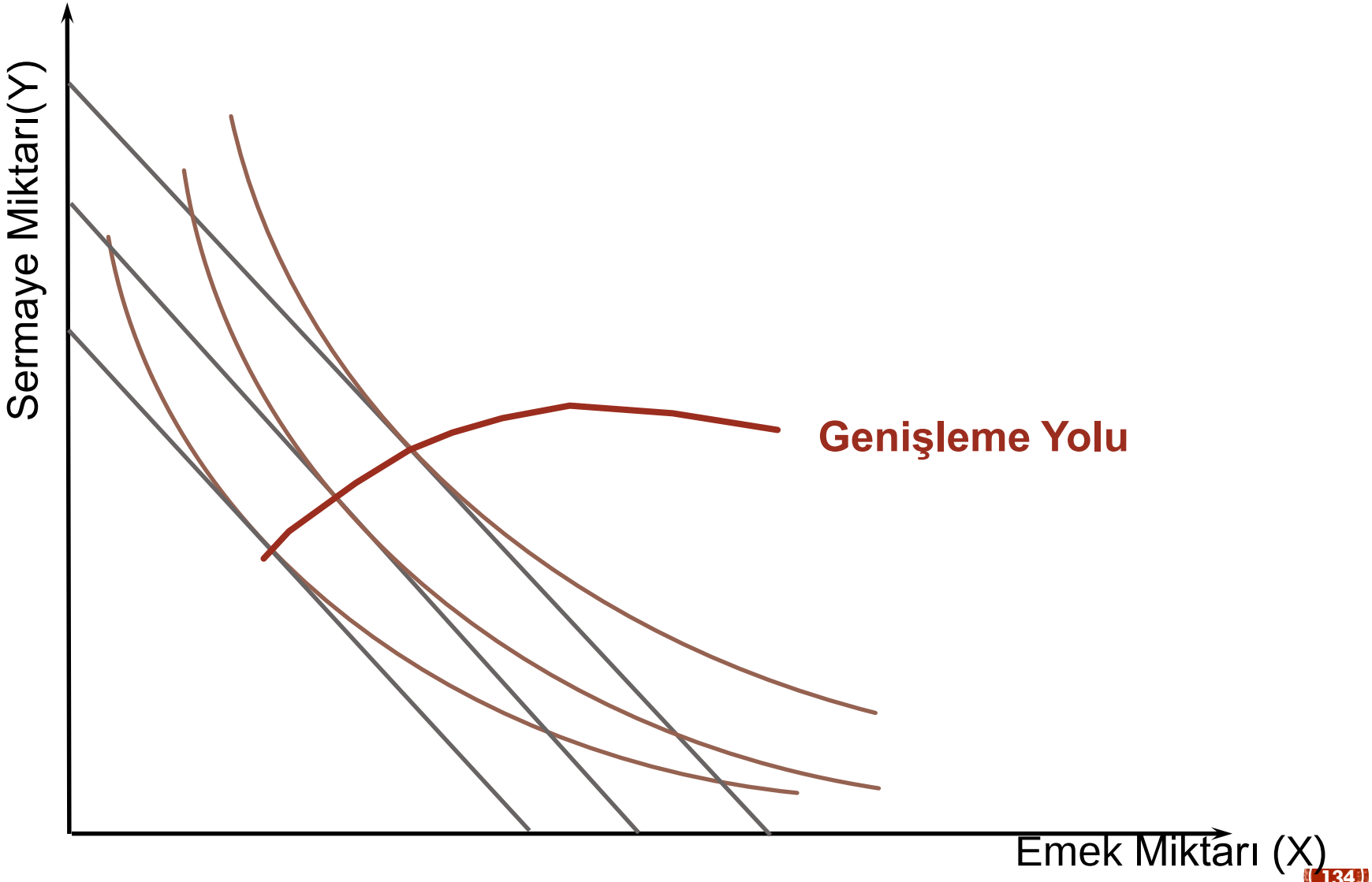
Genişleme Yolu

- 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



MALİYET ANALİZİ

Üreticilerin amacı kar etmektir.

Kar=Satış Hasılatı- Maliyetler arasındaki olumlu farktır.

Bu bölüm, üretici dengesi analizinin devamı niteliğinde olup

firmaların üretim maliyetlerinin neler olduğu açıklanacaktır.

- Kısa dönem üretim maliyetleri
- Uzun dönem üretim maliyetleri

Kısa Dönem Üretim Maliyetleri

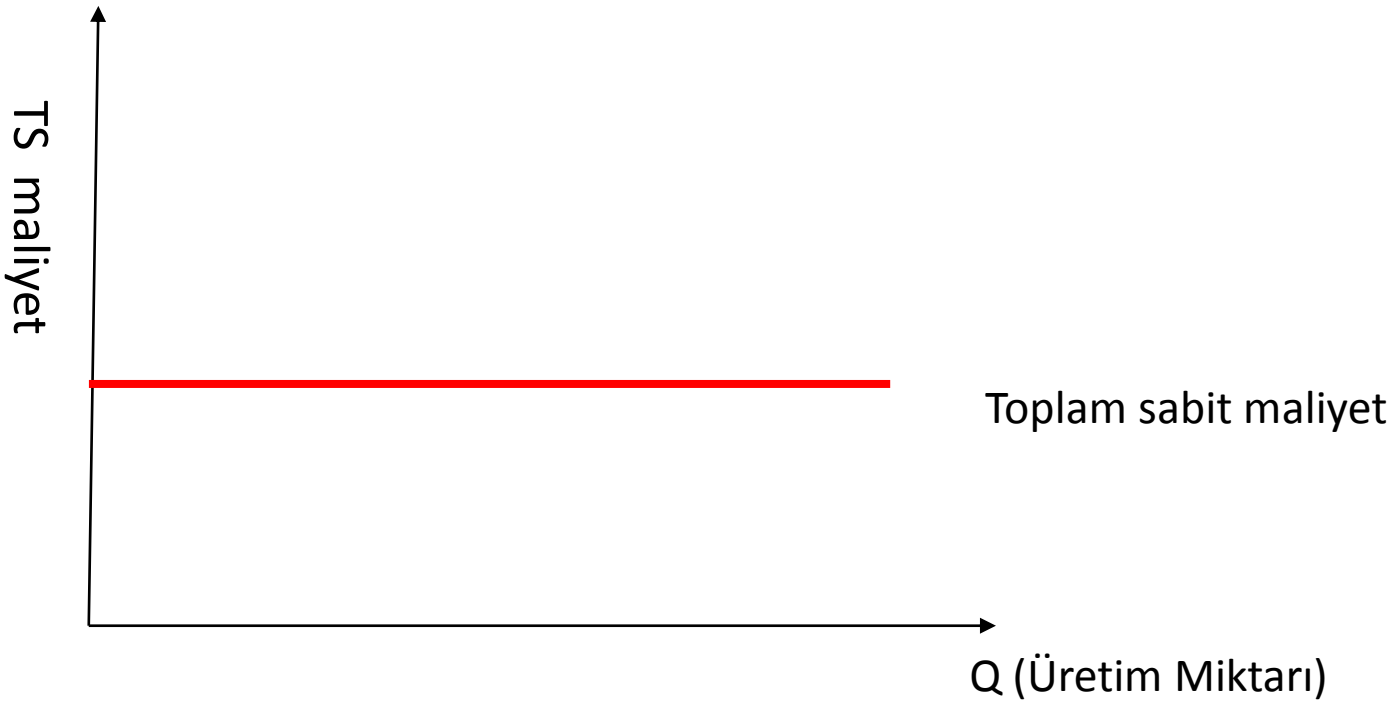
Üretimde kısa dönem, üretim kapasitesinin ve kullanılan teknolojinin veri olduğu üretimde kullanılan faktörlerin bir kısmının sabit tutulup değişken faktörlerin artırılmasıyla üretimin artırıldığı dönemdir. Buna göre kısa dönem üretim maliyetleri

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

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

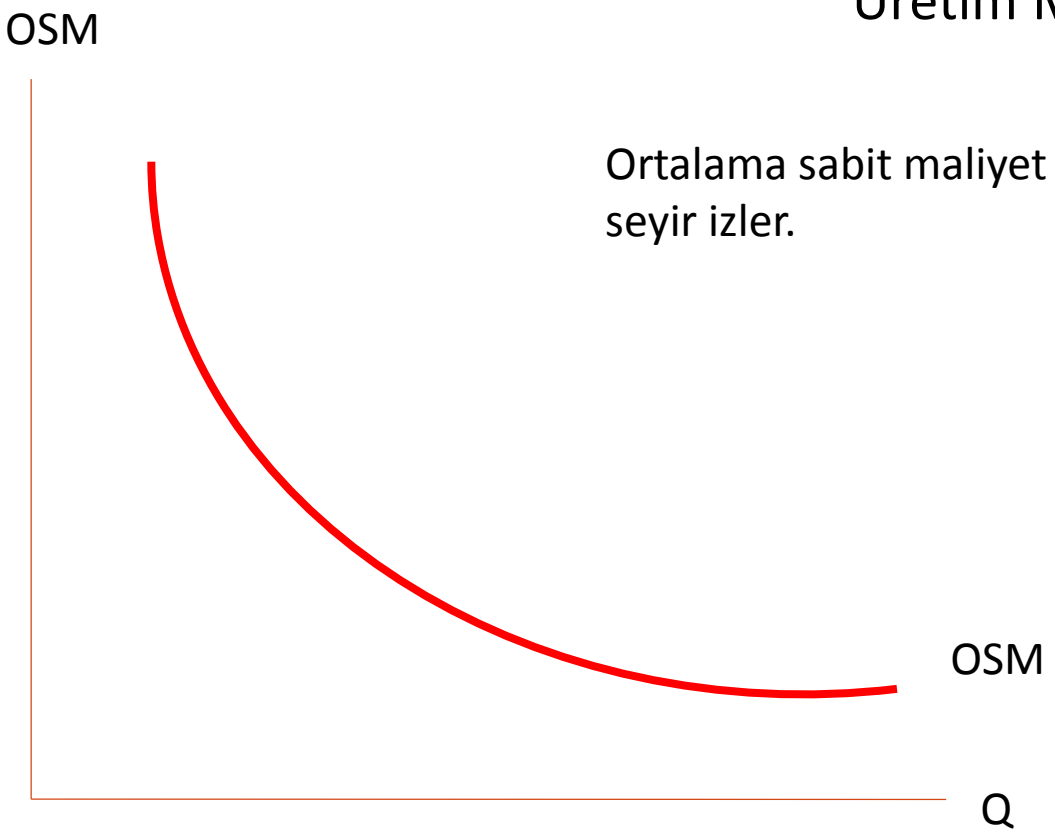
Sabit maliyet

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



Ortalama sabit maliyet

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



Ortalama sabit maliyet üretim arttıkça azalan bir seyir izler.

Değişken maliyetler

Üretim miktarına bağlı olarak değişen maliyetlere denir.

İşçilik, hammadde, enerji, su gibi maliyetler.

Hiç üretim yoksa yani sıfır ise değişken maliyetler de sıfırdır.

Üretim

arttıkça artar azaldıkça azalır.



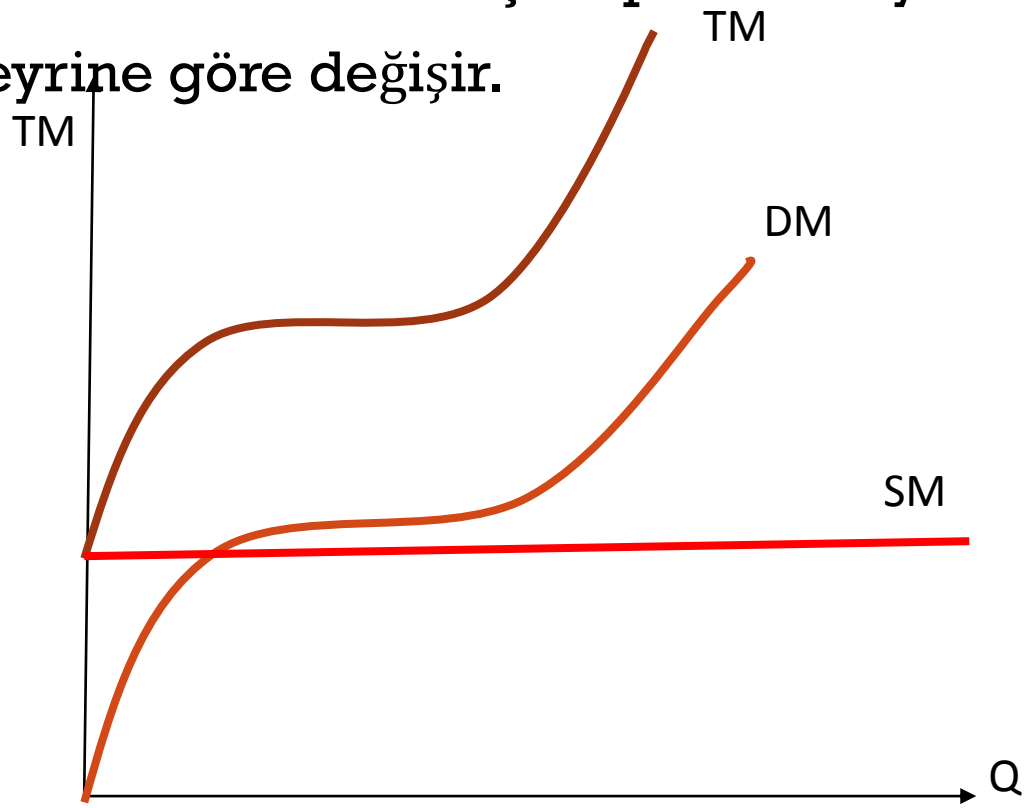
Ortalama Değişken Maliyet= Toplam Değişken Maliyet / Üretim Miktarı

TOPLAM MALİYET

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

TM=SM+DM

Üretim miktarı arttıkça toplam maliyet değişken maliyetlerin seyrine göre değişir.



Marjinal maliyet

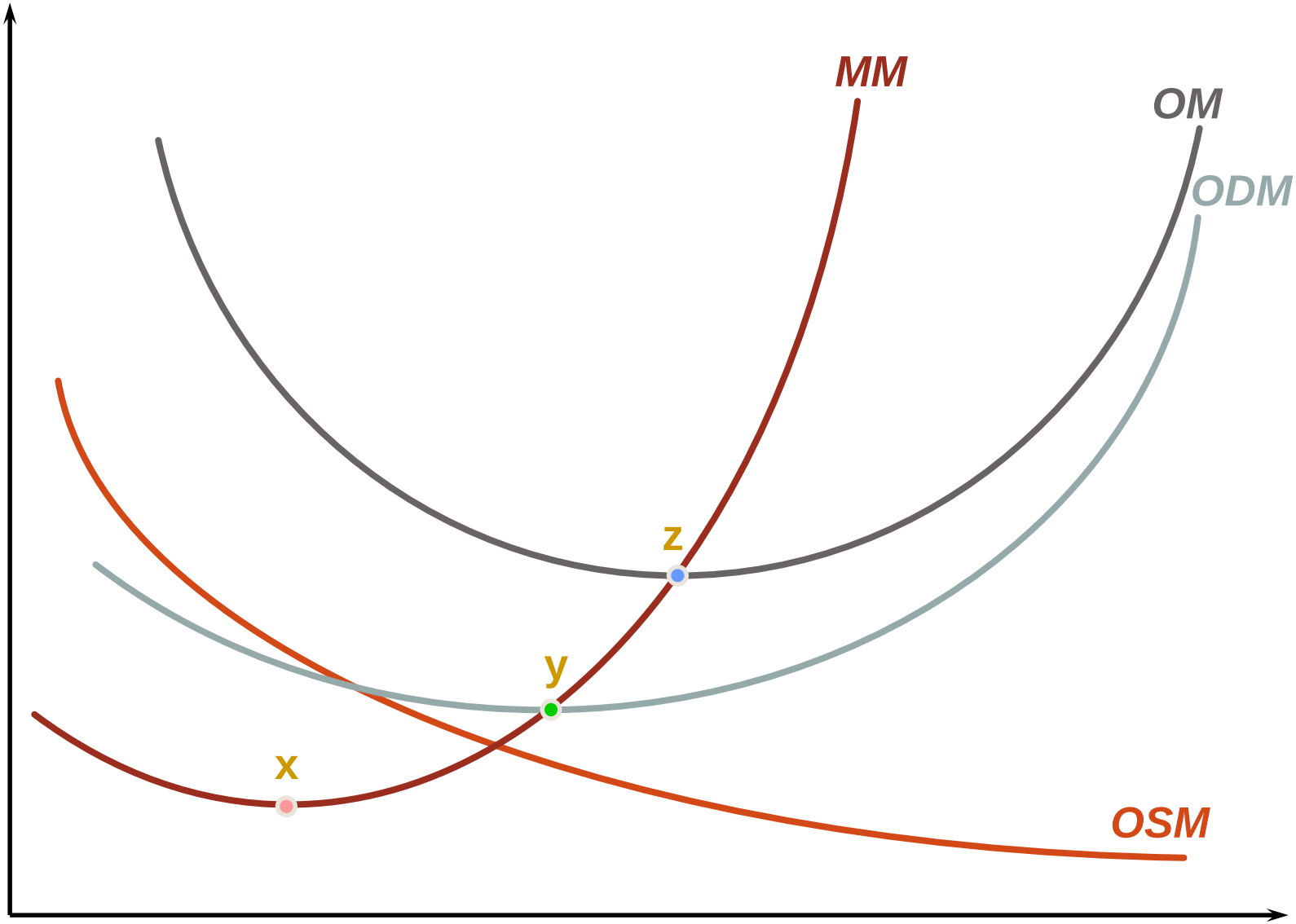
- Üretim miktarı bir birim arttırıldığında toplam maliyette meydana gelen değişmedir.
- Üretilen son birim malın maliyetini ifade eder

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

Marjinal maliyet üretim arttıkça önce azalan bir seyir izler belirli bir

seviyeye geldikten sonra artmaya başlar.

Ortalama ve Marjinal Maliyet Eğrileri

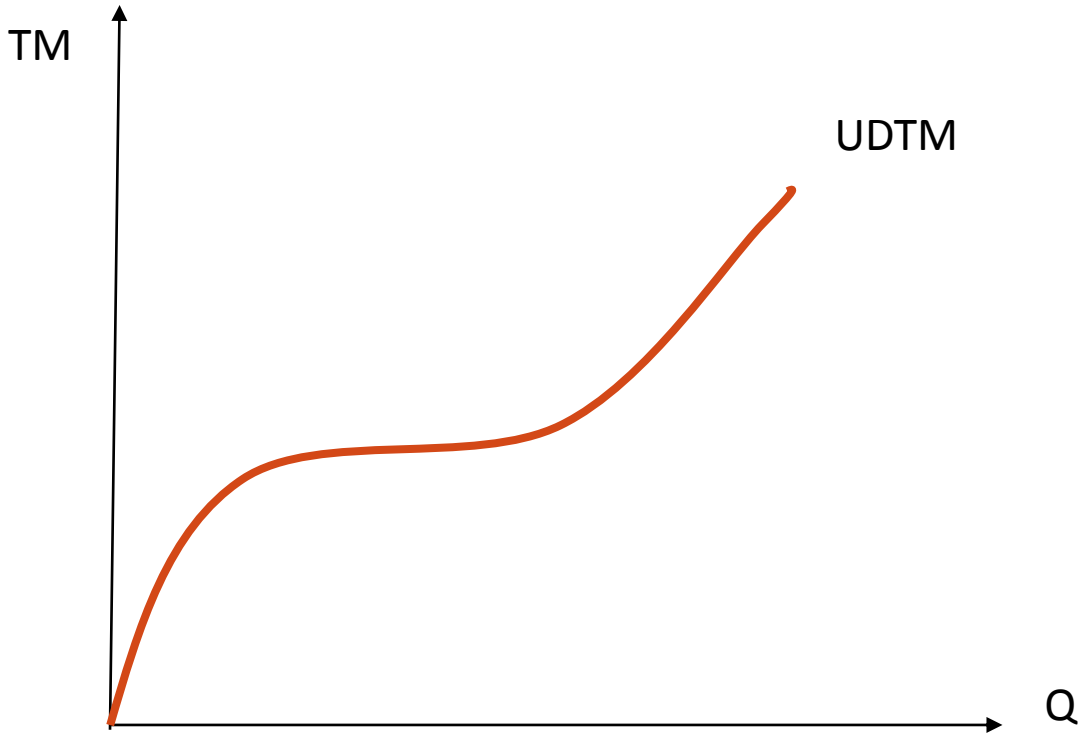


Uzun Dönem Üretim Maliyetleri

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

Uzun dönem toplam maliyet

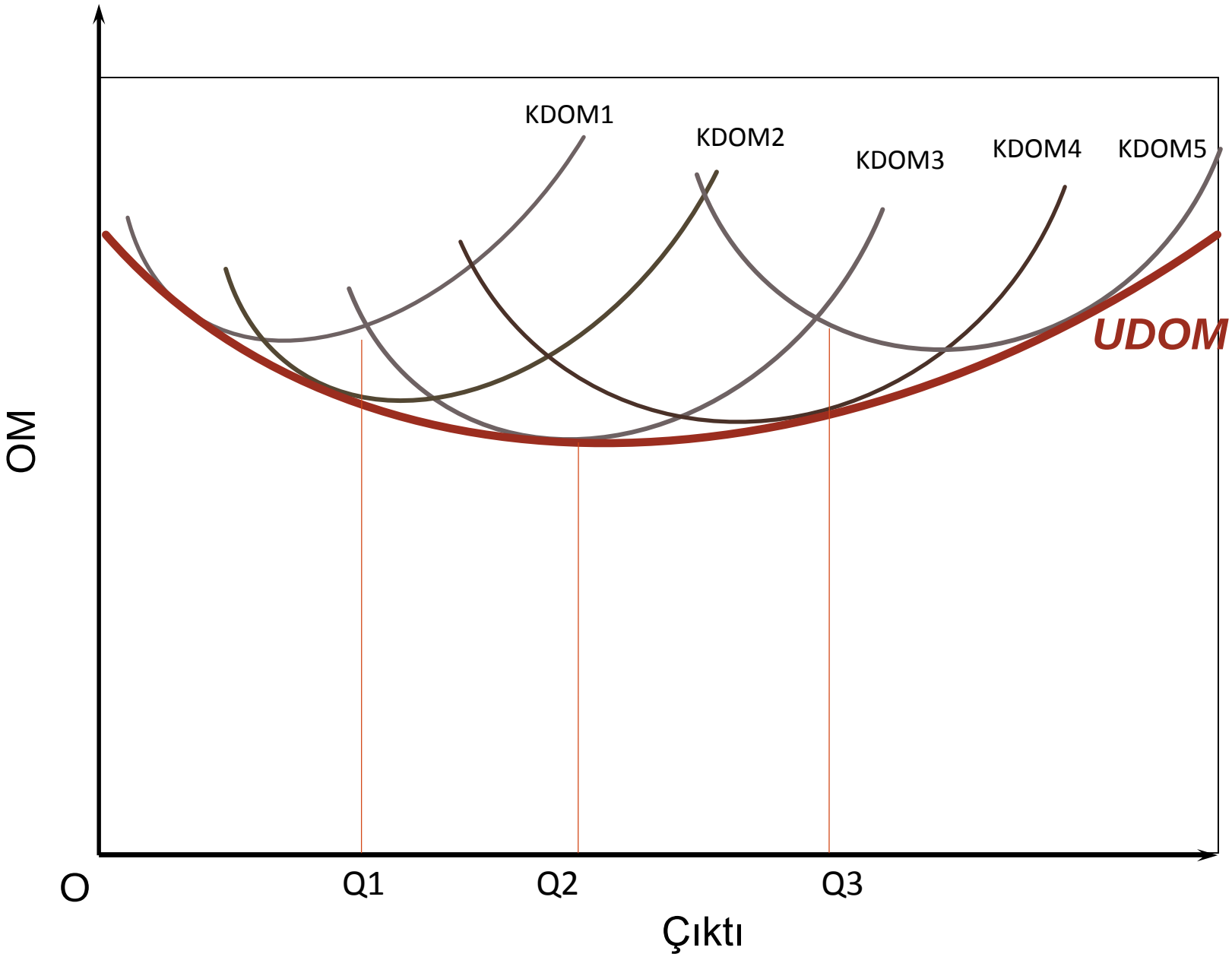
Uzun dönemde sabit maliyet olmadığı için TM eğrisi orijinden başlar.



Uzun dönem ortalama maliyet

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

Kısa ve Uzun Dönem Ortalama Maliyet Eğrileri



TÜKETİCİ VE ÜRETİCİ RANTI

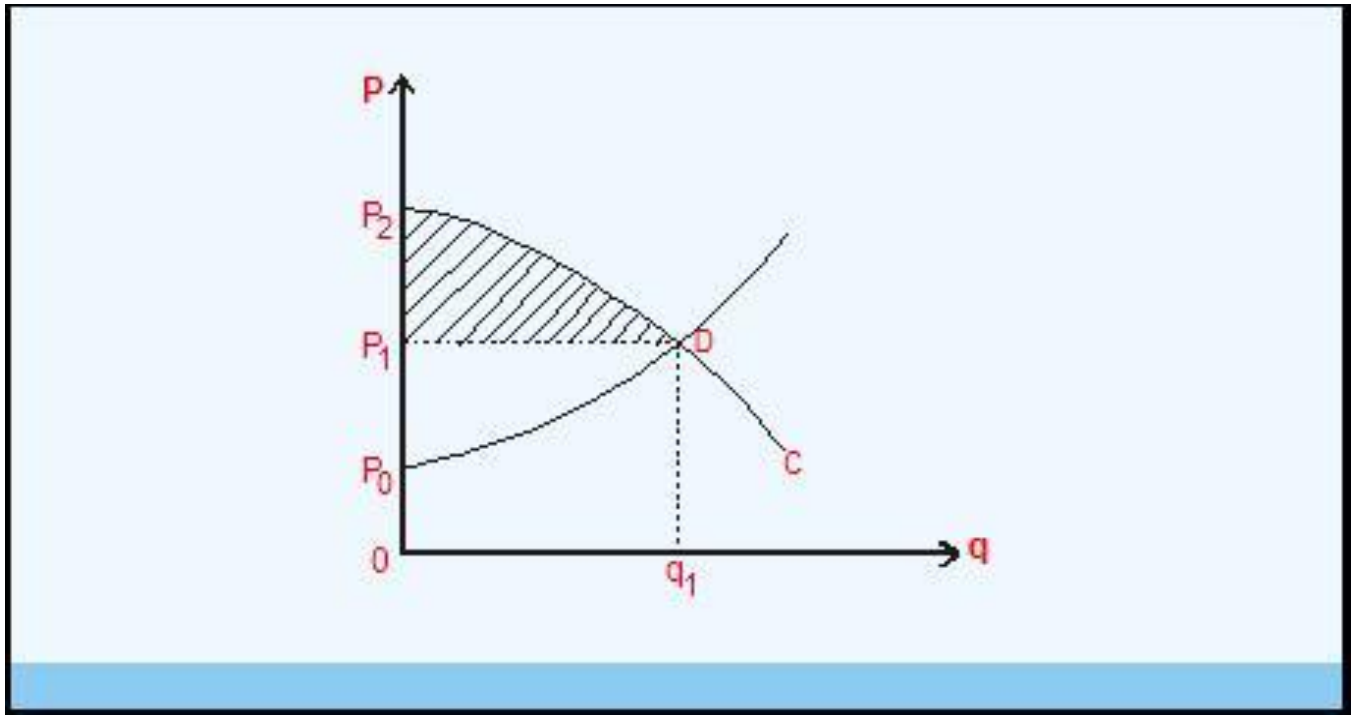
Bölüm konuları

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

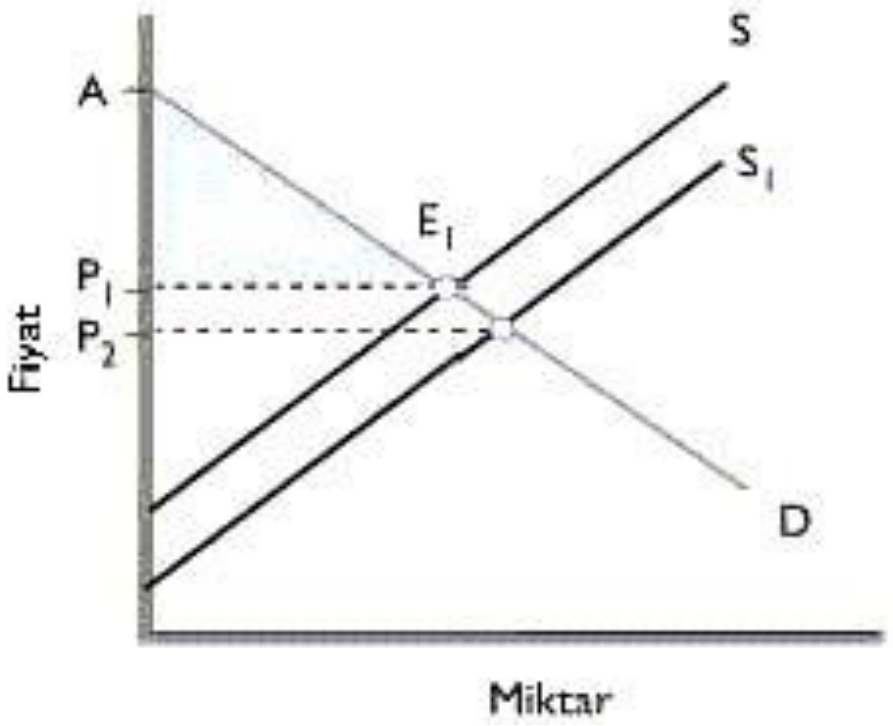
Bazı alıcılar bir malı denge fiyatının üzerinde almaya razı olabilir. Böylece malı almayı düşündükleri fiyattan ucuza alarak sübjektif bir avantaj sağlarlar. Denge koşulunda piyasada oluşan fiyat ile tüketicinin zihnindeki fiktif fiyat arasındaki farktan doğan avantaja tüketici rantı denir.

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

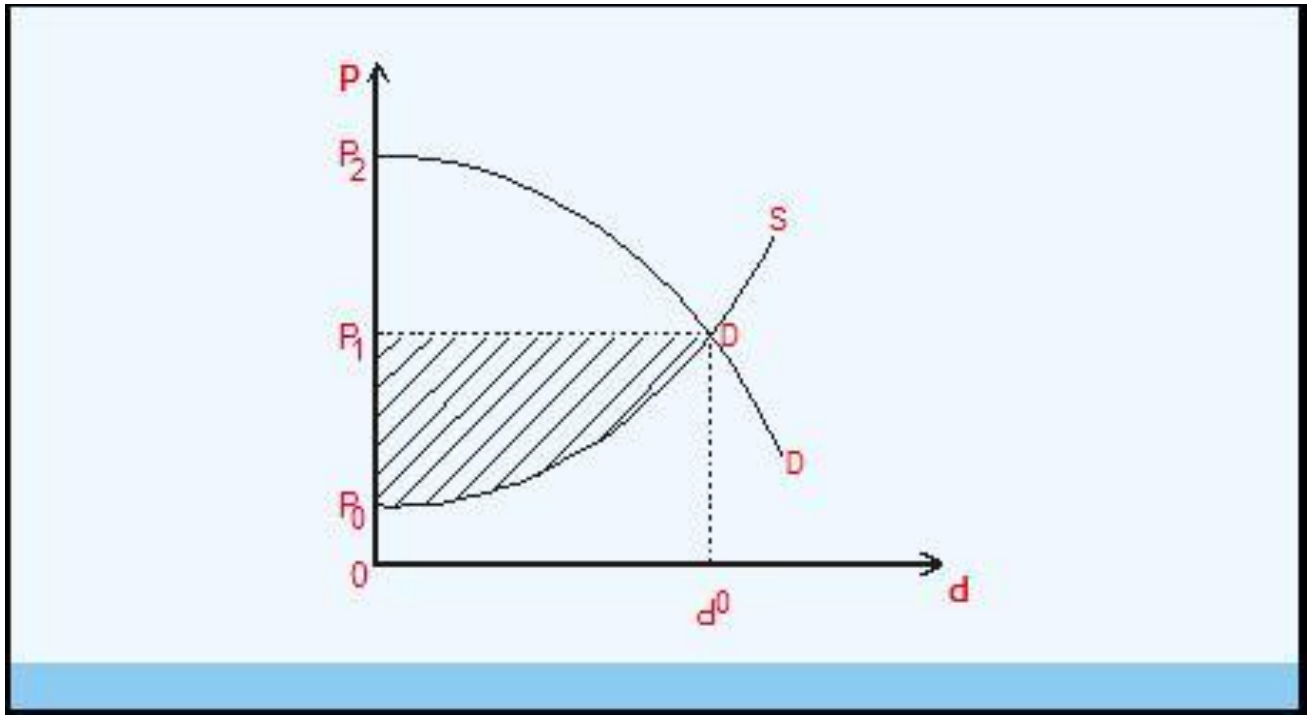


Tüketici Rantının Değişmesi

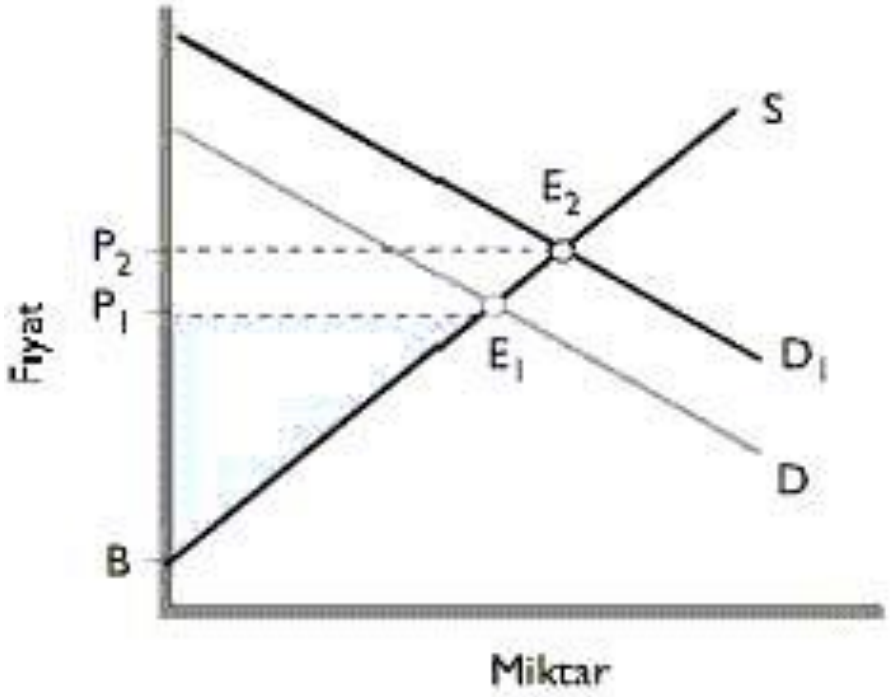


- Denge fiyatının azalması tüketici rantını büyütecektir. Çünkü bir taraftan mevcut miktar için tüketiciler daha az öderken, diğer taraftan bu düşük fiyattan yeni tüketiciler piyasaya girecektir. Söz konusu rantın öncekine daha büyük olması ekonomide refah düzeyinin arttığını yansıtır.
- Devletin piyasaya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

