

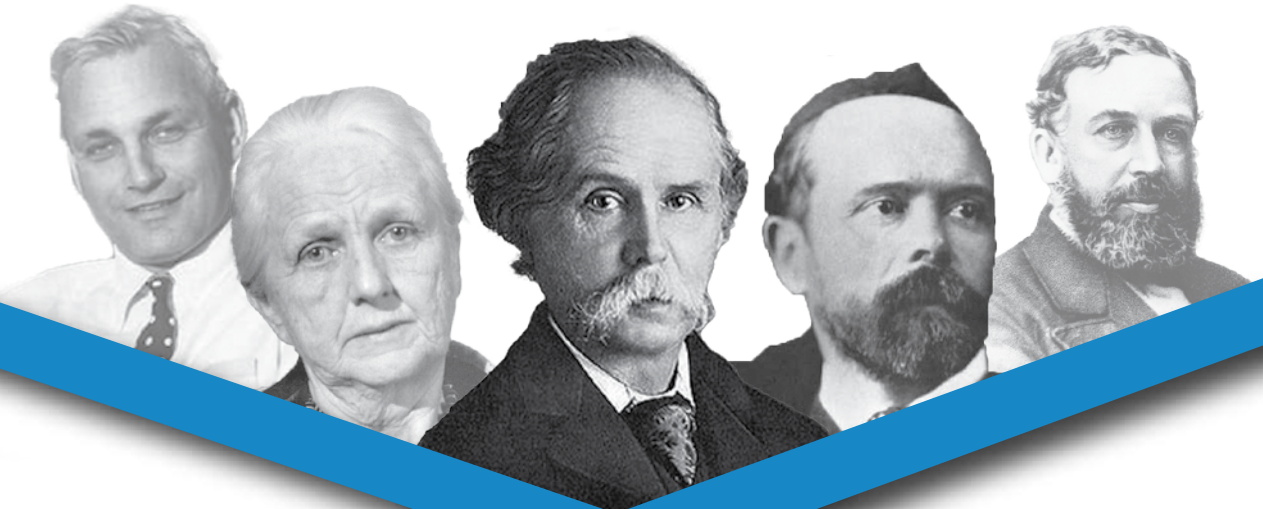
KAYMAKAMLIK



MIKRO İKTİSAT



Erman ERBAYKAL



AKADRO



A KADRO

Eğitim Kurumları



A KADRO YAYINLARI

İletişim Adresi

Cevizlik Mahallesi İstanbul Cad.
Mor Sümbül Sokak No. 25
Bakırköy / İstanbul
Tel (Pbx): 0 (212) 542 30 00
E-mail: info@akadroegitim.com

İletişim ve Bilgi Hattımız : 0 (850) 346 46 40

www.akdrue.com | www.akadroegitim.com | www.akadroyayinlari.com | www.akadro.net



Yazar

Erman ERBAYKAL



Grafik Tasarım

Sima HEDAYATI



ISBN

978-625-99405-4-0



Baskı Tarihi

2023



Baskı

Gülmat Matbaacılık Yayıncılık San. ve Tic. Ltd. Şti. Maltepe Mah. Fazılpaşa Cd. No: 8/4 Topkapı - İstanbul

Bu eserin yayın hakkı A Kadro Özel Eğitim Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi'ne aittir.
İzinsiz kopya edilemez, çoğaltılamaz kısmen de olsa yayınlanamaz.

ÖN SÖZ

Sevgili Gençler,

Kaymakamlık için herkes önce hukuk derslerine konsantre olur. Kanunlar, mevzuatlar öğrencinin önünde yığılır. Zor ama hallederim der öğrenci o yığına bakıp. Ama sınav için en belirleyici olan, öğrencinin belki de hiç halledemeyeceğim diye ümitsizce baktığı ders iktisattır. Tanımlar, havalı düşünürler, grafikler...

Ama gençler size net olarak söylüyorum, iktisattan korkmayın. Emek vererseniz bu ders size kendini açacaktır. Ama önce:

Önyargılarınızdan kurtulun. İktisat yapılamaz, çözülemez diyenleri unutun.

Peki bu iktisat dersi nasıl öğrenilir, hakkını vererek çalışmak nasıl olur?

İlk cümlede bahsettiğim gibi, bunun başlangıç sihri önce iktisada ilişkin önyargılarımızdan kurtulmaktır. Sürekli "İktisat zor ben bu dersi nasıl anlayacağım ben bu dersi yapabilir miyim?" diyen bir öğrencinin işi gerçekten çok zordur. Çünkü iktisata bu şekilde yaklaşmak, öğrenmeyi ve derse konsantrasyonu çok zorlar. Kolaylaştırın, yakın önyargılarınızı.

İkinci olarak söyleyeceğim şey ise iktisatı tanımadır. Ne amaçlıyoruz, hangi sorunu çözmeye çalışıyoruz ve bu çözümü hangi yöntemlerle yapıyoruz? İktisat bilimi matematiksel temel üzerine inşa edilmiş sosyal bir bilimdir. Matematiksel ilişkiler ve kavramlar bilinmeden iktisat anlaşılabilir. İşin en önemli kısmı da aslında burası. Bir öğrenci matematiksel süreci anlayıp özümstedikçe ve öğrendiklerini iktisata uygulamaya başladıkça Pandora'nın kutusu da açılmaya başlıyor. O zaman görüyor ki işin bir mantığı var ve bu mantığı yakaladıkça zaten gerisi çorap söküşü gibi geliyor. İktisatı öğrenmek isteyen bir öğrencinin ilk önce iktisatın mantığını anlaması gerekiyor. Biz size derste asla balık vermeyeceğiz, balığı nasıl tutacağınızı öğreteceğiz. İşte o zaman bir sınavda yalnız başınıza soruyu çözmeye çalışırken bu mantık hiç görmediğiniz duymadığınız soruları dahi çözümlenizi sağlayacak.

Korkulacak bir ders olmadığını ve aslında mantığını anladıkça zevkli bir ders olduğunu öğrendikten sonra son bir işimiz kalıyor. Bol tekrar yaparak sorular üzerinde öğrendiklerimizi pekiştirmek.

Yani sihirli formülümüz;

Tekrar et ve soru çöz, sonra tekrar et soru çöz, sonra tekrar et soru çöz ...

Gördüğünüz gibi hepsi bu... Ne kadar çok tekrar eder ve soru çözersen başarıya ulaşman o kadar kolay olur.

Hepinize sonsuz başarılar. Güzel yolculuğumuz kutlu olsun.

Erman ERBAYKAL
Bakırköy Eylül 2023

İÇİNDEKİLER



İKTİSADIN TEMEL KAVRAMLARI
VE İKTİSATTA MATEMATİK VE GRAFİK KULLANIMI ————— » 06

TALEP, ARZ VE PİYASA DENGESİ ————— » 15

ESNEKLİK ————— » 43

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI TEORİSİ ————— » 63



İÇİNDEKİLER

ÜRETİCİ DAVRANIŞLARI TEORİSİ ————— » 94

MALİYET TEORİSİ ————— » 119

MAL PİYASALARI I ————— » 137

MAL PİYASALARI II ————— » 157

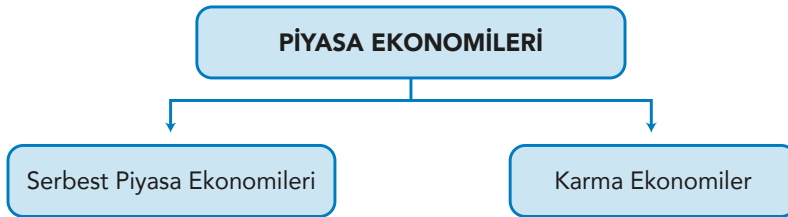
1. BÖLÜM

İKTİSADIN TEMEL KAVRAMLARI
VE
İKTİSATTA MATEMATİK VE GRAFİK KULLANIMI

İngiliz iktisatçı **Lionel Robbins** 1932’de yayınladığı **İktisadın Yapısı ve Önemi** başlıklı kitabında iktisadı; toplumların sınırlı kaynakları sınırsız isteklerin karşılanmasında nasıl kullandıklarını inceleyen bir sosyal bilim dalı olarak tanımlamıştır. İktisatta kaynakların sınırlı olması kıtlık kavramı ile açıklanmaktadır. Kıtlık; bir ekonomide insanların bütün isteklerini karşılayacak kadar mal ve hizmeti üretecek kaynakların bulunmaması durumudur. Kaynakların kıt olmasından dolayı bireyler ve toplumlar isteklerini tatmin ederken, çeşitli seçenekler arasında tercih yapmak zorunda kalırlar. Bu nedenle iktisat bir tercih bilimi olarak nitelendirilir. Kıtlık sorunundan dolayı her toplum üç temel soru ile karşı karşıyadır. Bunlardan birincisi ne, ne kadar üretilecek, ikincisi nasıl üretilcek ve üçüncüsü kimler için üretilcek yani nasıl paylaşılacak. İktisatçılar tarafından **iktisadi mesele** olarak nitelendirilen bu üç soru dünyadaki her toplum için geçerli olduğundan, toplumlar bu üç soruya bir çözüm bulmaya çalışmışlar. Modern toplumlar **ne-nasıl-kimler için üretilcek** sorularını kumanda veya piyasa olmak üzere iki farklı mekanizma ile çözmeye çalışırlar.

KUMANDA MEKANİZMASI	PİYASA MEKANİZMASI
<ul style="list-style-type: none"> Kumanda mekanizmasında söz konusu sorular, siyasal gücü kontrol eden bir kişi (diktatör) veya organ (meclis) tarafından cevaplandırılır. Kumanda mekanizması, prensip itibarıyla sosyalizm denilen sisteme özgü bir mekanizmadır. Kumanda mekanizmasının geçerli olduğu ekonomilere kumanda ekonomileri denir. 	<ul style="list-style-type: none"> Piyasa mekanizmasında söz konusu sorular, tüketicilerin fayda maksimizasyonunu ve üreticilerin kâr maksimizasyonunu amaçlayan iktisadi davranışları ile cevaplandırılır. Piyasa mekanizması, prensip itibarıyla kapitalizm denilen sisteme özgü bir mekanizmadır. Piyasa mekanizmasının geçerli olduğu ekonomilere piyasa ekonomileri denir.

Piyasa ekonomilerinde bu sorular cevaplandırılırken kendi içinde iki farklı yaklaşım ortaya çıkmıştır.



İlkinde hükümetler piyasa mekanizmasının işleyişine hiçbir şekilde müdahale etmezler ve bu sorular tamamen fayda ve kâr maksimizasyonunu amaçlayan davranışlar doğrultusunda cevaplandırılır. Kısaca bırakınız yapınlar bırakınız geçsinler denilen bu görüşü savunan iktisatçılara göre, piyasa mekanizması iktisadi meseleyi en etkin şekilde çözen bir araçtır ve dolayısıyla da hükümetin piyasa mekanizmasına müdahale etmesine gerek yoktur. Bu yaklaşımın benimsendiği piyasa ekonomilerine **serbest piyasa ekonomileri** denir. Bazı iktisatçılara göre ise, piyasa mekanizmasının iktisadi meseleyi her zaman en etkin şekilde çözmesi mümkün değildir ve bu nedenle piyasa mekanizmasının yetersiz kaldığı durumlarda, hükümetin piyasa mekanizmasının işleyişine müdahale etmesi gerekir. Bu yaklaşımın benimsendiği piyasa ekonomilerine **karma ekonomiler** denir.

İktisat kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için ilk önce tanımda yer alan istek ve kaynak kavramlarının incelenmesi gerekir.

Kapitalizmin Temel Özellikleri

- Özel Mülkiyet:** Kapitalizmin en önemli özelliği olan özel mülkiyet, toplumdaki maddi varlıkların özel kişilerin ve onların kurdukları özel ortaklıkların ve kuruluşların mülkiyetinde olması.
- Teşebbüs ve Seçim Özgürlüğü:** Teşebbüs özgürlüğü, bir firmanın kaynakları kullanarak mal üretme ve satma konusunda dilediği gibi davranma hakkını, seçim özgürlüğü, bir tüketicinin kaynaklardan elde ettiği geliri dilediği gibi kullanma hakkını ifade eder.
- Kişisel Çıkar:** Tüketicilerin faydalarını maksimize etmeyi, üreticilerin de karlarını maksimize etmeyi amaçlamaları demektir. Kişisel çıkar kar elde etmeyi amaçlayan üreticinin zararlarla karşılaşması durumunda iflas etme olasılığını da içerir.
- Rekabet:** Kapitalist sistemde rekabet tam rekabet ve eksik rekabet olmak üzere iki şekilde ortaya çıkar.
- Piyasa Mekanizması:** Teşebbüs ve seçim özgürlüğünü kişisel çıkar amacıyla rekabetçi bir iktisadi ortamda kullanan iktisadi karar birimlerinin faaliyetlerini koordine eder.
- Sınırlı hükümet:** Hükümetin iktisadi hayata müdahale ederek kapitalizmin etkinliğini azaltmak yerine, temel hak ve özgürlükler ile rekabeti korumaya ve geliştirmeye yönelik hukuki düzenlemeler yapması gerektiğini içerir.

İSTEK

Tatmin edildiğinde haz ve doyum tatmin edilmediğinde ise acı ve üzüntü veren duyguya **istek** denir. İstekler iktisadi ve iktisadi olmayan istekler olmak üzere ikiye ayrılır. Giyinmek ve barınmak gibi mal ve hizmetler kullanılarak karşılanabilen isteklere **iktisadi istekler**, sevme ve sevilme gibi mal ve hizmetler kullanılarak karşılanamayan isteklere ise **iktisadi olmayan istekler** denir. İktisat bilimi sadece iktisadi istekleri karşılamaya yönelik bir bilimdir. İktisadi istekler **zorunlu** ve **kültürel istekler** olmak üzere ikiye ayrılır. Beslenmek, giyinmek ve barınmak gibi insan yaşamının devamı için karşılanması zorunlu olan iktisadi isteklere zorunlu, sinemaya gitmek ve kitap okumak gibi insan yaşamının devamı için karşılanması zorunlu olmayan iktisadi isteklere ise kültürel istekler denir. İktisadi isteklerin **tekrarlanır olmak** ve **sınırsız olmak** üzere iki önemli özelliği vardır.

1. Tekrarlanır Olmak

İktisadi istekler bir kere karşılanarak ortadan kaldırılamazlar. Örneğin öğle yemeği yiyen bir insan akşam olduğunda tekrar yemek yemeyi isteyecektir. Dolayısıyla iktisadi istekler sürekli olarak tekrarlanırlar.

2. Sınırsız Olmak

İktisadi istekler de bir istek karşılandığında yeni bir istek ortaya çıkmaktadır. Örneğin beslenme isteğini karşılayan bir insan giyinme, barınma, sinemaya gitme, seyahat etme gibi çok sayıda başka isteğini de karşılamak ister. Dolayısıyla iktisadi istekler sınırsızdırlar.

İktisadi istekler mallar ve hizmetler kullanılarak karşılanabildiğinden dolayı şimdi de mallar ve hizmetler kavramlarını inceleyelim.

MALLAR VE HİZMETLER

İktisadi istekleri karşılamaya yarayan nesnelere **mallar ve hizmetler** denir. Aslında mallar ile hizmetler arasında da bir fark vardır. Malların stoklanması ve mülkiyetinin başka bir kişiye devredilmesi mümkünken, hizmetlerin ise stoklanması ve dolayısıyla mülkiyetinin başka bir kişiye devredilmesi mümkün değildir. Diğer bir ifadeyle malların üretildikten sonra stoklanabilme özelliğinden dolayı üretildiği tarihten farklı bir tarihte tüketilebilmesi mümkünken, hizmetlerin malların tersine üretildikleri anda tüketilmeleri gerekir. Buzdolabı, televizyon ve araba mallara birer örnek iken, eğitim, sağlık ve ulaşım da hizmetlere birer örnektir. İktisadın bir alt dalı olan mikro iktisatta sadece mallar üzerinden bir analiz yapılırken, diğer bir alt dalı olan makro iktisatta hem mallar hem de hizmetler analiz edilir. Burada mikro iktisadi bir analiz yapıldığından sadece mallar kullanılacaktır. Mallar **serbest mal-İktisadi mallar** ve **tüketim malları-üretim malları** olmak üzere iki gruba ayrılırlar.

✓ Serbest Mallar – İktisadi Mallar

İnsan isteklerine kıyasla bol olan mallara **serbest mallar**, insan isteklerine kıyasla az olan mallara ise **iktisadi mallar** denir. Serbest mallar insan isteklerine kıyasla bol olduklarından dolayı serbest malları elde etmek için bir bedel ödenmesine gerek yoktur. Bu nedenle serbest malların fiyatı olmaz. Ancak serbest malların tersine, iktisadi mallar insan isteklerine kıyasla az olduklarından dolayı iktisadi malları elde etmek için bir bedel ödenmesi gerekir. Bu nedenle iktisadi malların bir fiyatı vardır. Günümüzde tüketilen tüm malların fiyatı olduğundan, tüm mallar iktisadi maldır. Dolayısıyla serbest malın bir örneği yoktur. İktisatçılar konunun akılda kalmasını kolaylaştırmak amacıyla, bir mal olmamasına rağmen, serbest mala örnek olarak hava ve güneş ışığı örneklerini kullanırlar.

✓ Tüketim Malları – Üretim Malları

İnsanların isteklerini doğrudan doğruya karşılayan mallara **tüketim malları**, dolaylı olarak karşılayan mallara **üretim malları** denir. Mikro iktisatta malları tüketen ekonomik birime **tüketici**, malları üreten ekonomik birime **üretici** denir. Bu açıdan bakıldığında tüketicilerin tükettiği mallara tüketim malları, üreticilerin kullandıkları mallara üretim malları denir. Tüketicilerin satın aldığı peynir, ekme gibi isteklerin karşılanmasında sadece bir kere kullanılan tüketim mallarına **dayanıksız tüketim malları**, buzdolabı, televizyon gibi isteklerin karşılanmasında bir kereden fazla kullanılan tüketim mallarına da **dayanıklı tüketim malları** denir. Üreticilerin kullandıkları üretim malları, **yatırım (sermaye) malları** ile ara malların toplamından oluşur. Üretim sürecinde fiziksel olarak bir başka mala dönüşmeyen veya kısaca yok olmayan üretim mallarına yatırım (sermaye) malları, üretim sürecinde fiziksel olarak bir başka mala dönüşen veya kısaca yok olan üretim mallarına da **ara mallar** denir. Örneğin bir fırıncının ekme üretirken kullandığı hamur karma makinesi ve ekme pişirme makinesi yatırım (sermaye) malı iken, un, su, maya, tuz ve elektrik bir ara maldır.

$$\text{Üretim malları} = \text{Yatırım (sermaye) malları} + \text{Ara mallar}$$

DİKKAT

İktisatta bazı mallar hem tüketiciler hem de üreticiler tarafından kullanılmaktadır. Örneğin bir tüketici evinde un, su, maya, tuz ve elektrik kullanarak ekme yaptığında tüm bu mallar tüketim malı iken, fırın kullanıp ekme yaptığında üretim malı içinde yer alan ara malıdır.

ÜRETİM

Malların istekleri karşılama özelliğine **fayda**, fayda yaratma faaliyetine de **üretim** denir. Fayda bir malın miktarını arttırmak suretiyle yaratılabileceği gibi, mevcut bir malın faydasını arttırmak suretiyle de yaratılabilir. Mevcut bir malın faydası; **şekil, mekân** ve **zaman faydası** yaratılarak artırılabilir. Bir kumaşı elbiseye dönüştürerek faydasının artırılmasına **şekil faydası**, muzı üretildiği Mersin'den İstanbul'a getirerek faydasının artırılmasına **mekan faydası** ve elmayı soğuk hava depolarında saklayıp kış aylarında piyasaya sürerek faydasının artırılmasına ise **zaman faydası** denir. Sonuç olarak iktisadi olarak üretim, hem bir malın yaratılmasını hem de o mala yönelik her türlü ticari faaliyeti kapsamaktadır.

KAYNAKLAR

Fayda yaratma faaliyetinde yani üretim sürecinde kullanılan unsurlara da **kaynaklar** denir. İktisatta kaynak, üretim faktörleri ve girdi kavramları eşanlamlı olarak kullanılırlar. Toprak, sermaye, emek (iş gücü) ve müteşebbis (girişimci) olmak üzere dört adet üretim faktörü vardır.

✓ TOPRAK

Toprağın altındaki ve üstündeki tüm doğal varlıklara **toprak** denir. Tarımsal araziler, madenler, petrol–su–doğal gaz rezervleri, ormanlar, denizler toprak kapsamında yer alırlar. Toprak aynı zamanda üretim sürecinde kullanılan hammaddeleri de kapsamaktadır.

✓ SERMAYE

Üretim malları içinde yer alan yatırım (sermaye) mallarına **sermaye** denir. Sermaye; bina, makine ve teçhizat üçlüsünden oluşur. İktisadi analizlerde kullanılan bono, tahvil, hisse senedi ve para olmak üzere dört tane değerli kağıt vardır. Bu değerli kağıtlara **mali varlık** denir. Bu mali varlıklar iktisadi istekleri karşılamadığından dolayı mal değildir. Örneğin bu değerli kağıtları tüketici tüketip karnını doyuramaz ya da üretici kullanıp mal üretmez. Ancak bu değerli kağıtlar olmadan da üreticiler yatırım (sermaye) malları satın alamaz. Dolayısıyla mali varlık olarak adlandırılan bu değerli kağıtlar üreticilerin üretim faktörü olan yatırım (sermaye) mallarını satın almaları için kullandıkları araçlardır. İktisatta bu mali varlıklara aynı zamanda **mali sermaye** denir. Sonuç olarak mali sermaye üretim faktörü değildir. Mali sermaye üretim faktörü olan yatırım (sermaye) mallarını satın almak için kullanılan araçtır.

✓ EMEK

Üretim sürecinde kullanılan bedeni ve fikri insan gücüne **emek** denir. Üretimin beşeri bir unsuru olan emek, vasıfsız emek (niteliksiz iş gücü) ve vasıflı emek (nitelikli iş gücü) olmak üzere iki gruba ayrılır. Vasıflı emek formal veya informal bir öğrenim sonucu özel bir bilgi ve beceriye sahip olan emek türüdür. Bir fabrikadaki mühendisin emeği vasıflı emeğe örnek olarak gösterilebilirken, buna karşılık bir temizlik işçisinin emeği vasıfsız emeğin bir örneğidir.

✓ GİRİŞİMCİ

İlk üç üretim faktörünü bir araya getirerek belirli bir malın üretimini gerçekleştiren ve üretimin riskine katlanan özel veya tüzel kişiye **girişimci** denir. Girişimci diğer üretim faktörlerini üretim sürecinde kullandığından dolayı bir maliyete katlanır. Toprak için katlanılan maliyete rant, emek için ücret ve sermaye için faiz denir.

Örneğin bir girişimcinin dükkan kiralarak fırın açtığını varsayalım. Girişimcinin kiraladığı dükkan için yaptığı kira ödemesine rant denir. Rant dükkan sahibi için bir gelir, binayı kiralayan girişimci için bir maliyettir. Girişimcinin üretim sürecinde kullanmak için makine ve teçhizata ihtiyacı vardır. Girişimcinin elinde bu sermayeyi satın alabilecek yeterli mali varlık yok ise bu durumda bankacılık sistemine başvurur. Kredi mekanizması ile mali varlık olan para talep eder. Böylece girişimcinin elinde mali varlık olan para yok ise sermayeyi elde edebilmek için faiz karşılığı kredi talebinde bulunur. Bu durumda faiz banka için bir gelir, krediyi kullanan girişimci için bir maliyettir. Girişimcinin üretim sürecinde istihdam ettiği işçi için yaptığı ödemeye ücret denir. Ücret işçi için bir gelir, işçiyi istihdam eden girişimci için bir maliyettir. Girişimcinin bu maliyetlere katlanıp üretim yapmasının tek nedeni de ürettiği malları satması durumunda elde edeceği kârdır. Dolayısıyla üretimin riskine katlanan girişimcinin tek amacı kârını maksimize etmektir.

MİKRO İKTİSAT VE MAKRO İKTİSAT

Yunanca mikros (küçük) kelimesinden türetilen mikro iktisatta, iktisadi analizler bir ülke ekonomisinin tamamını kapsayacak şekilde toplulaştırma yapılmadan gerçekleştirilir. Bir ya da birden fazla tüketici, bir ya da birden fazla üretici (firma) veya bir ya da birden fazla piyasanın analizi mikro iktisadi bir analizdir. Dikkat edilirse birden fazla tüketici, üretici (firma) veya piyasa analiz edilmesine rağmen ülke ekonomisinin tamamını kapsayacak bir toplulaştırma yapılmamıştır. Yunanca makros (geniş) kelimesinden türetilen makro iktisatta ise, tüm tüketiciler hanehalkı sektörü, tüm üreticiler (firmalar) işalemi sektörü adı altında, tüm ülke ekonomisini kapsayacak şekilde toplulaştırılarak analiz edilir. Dolayısıyla bir ülke ekonomisinin tamamına ilişkin olan ekonomik büyüme, enflasyon, işsizlik ya da cari açık gibi kavramların analizi makro iktisadi bir analizdir.

MİKRO İKTİSAT

Tüketici

Üretici (firma)

Piyasa

Talep

Arz

Fiyat

MAKRO İKTİSAT

Hanehalkı Sektörü

İşleme sektörü

Ekonomik Büyüme

Enflasyon

İşsizlik

Faiz Oranı

Döviz Kuru

İç ve Dış Borç

Ödemeler Dengesi

Toplam Talep

Toplam Arz

Fiyatlar Genel Düzeyi

İktisadın bu şekilde mikro iktisat ve makro iktisat olmak üzere iki alt bölüme ayrılması 1930'lu yılların sonlarına doğru ortaya çıkmıştır. 1929 yılını izleyen yıllarda Amerika ve batı ekonomileri çalışmak isteyen kişilerin dörtte birinin işsiz kalmasına yol açan ve büyük bunalım (depresyon) olarak adlandırılan bir durgunluk içine girmişlerdir. Bu olgu, iktisatçıları işsizliğin nasıl ortaya çıktığını ve işsizlikle mücadele etmek için nasıl bir iktisat politikası izlemek gerektiğini açıklamayı amaçlayan çalışmalar yapmaya yöneltmiştir. Bu bağlamda İngiliz iktisatçı **John Maynard Keynes**'in 1936 yılında yayınlanan **Para, Faiz ve İstihdamın Genel Teorisi** başlıklı kitapta yeni bir teori geliştirilmiştir. Daha sonraki yıllarda Keynesyen Devrim olarak nitelendirilen bu yeni teori de Keynes, modern makro iktisadi analizin temellerini atmıştır.

Mikro iktisat projeksiyonu tek bir bireye makro iktisat ise ekonomide bulunan herkese tutar. Bu nedenle mikro iktisat makro iktisadın temelini oluşturur. Mikro iktisatta geçerli ve doğru olan genellikle makro iktisatta da geçerli ve doğrudur. Ancak bu ilişki her zaman mümkün değildir. Mikro iktisatta geçerli ve doğru olanın her zaman makro iktisatta da geçerli ve doğru olduğunun ileri sürülmesi bir hatadır ve bu hataya **terkip hatası** denir. Mikro iktisat ile makro iktisadın çatışma alanlarına **paradoks** denir. İktisatta **bolluk paradoksu** ve **tasarruf paradoksu** olmak üzere iki önemli paradoks vardır ve bu paradokslar terkip hatasının en güzel örneklerini oluştururlar. **Gregory King** tarafından geliştirilen bolluk paradoksunda havaların iyi gitmesi durumunda mikro iktisat ile makro iktisadın nasıl çatıştığı, **John Maynard Keynes** tarafından geliştirilen tasarruf paradoksunda ise tasarruf konusunda mikro iktisat ile makro iktisadın nasıl çatıştığı incelenmiştir.

Bolluk Paradoksu

Havalar iyi gittiğinde bütün çiftçiler az üretirken bir çiftçi çok üretirse o çiftçi zenginleşir (Mikro iktisat). Havalar iyi gittiğinde bütün çiftçiler çok üretirse mahsul bol olacağından fiyatı düşük olur ve herkes yoksullaşır (Makro iktisat). Görüldüğü gibi mikro iktisada göre havaların iyi gitmesi iyi bir durum iken, makro iktisada göre ise kötü bir durumdur.

Tasarruf Paradoksu

Herkes tüketirken bir kişi tasarruf yaparsa, tasarruf o kişiyi zenginleştirir (Mikro iktisat). Bir ekonomide herkes tasarruf yaparsa, tüketim azalır işsizlik artar ve herkes yoksullaşır (Makro iktisat). Görüldüğü gibi mikro iktisada göre tasarruf iyi bir kavram iken, makro iktisada göre ise kötü bir kavramdır.

POZİTİF İKTİSAT VE NORMATİF İKTİSAT

Bir nedensellik ilişkisi kurup sonucu ortaya çıkarmak pozitif iktisat, bu sonucu yorumlamak normatif iktisattır. Pozitif iktisadın ulaştığı sonuçları test etmek ve eğer gerekiyorsa bilimsel düzeyde reddetmek mümkündür. Normatif iktisatta her iktisatçı, değer yargılarının (kültürel-politik ve dini düşüncelerinin) ürünü olan doğruları savunur. Bu nedenle normatif iktisadın ulaştığı sonuçları değer yargılarının bir ürünü oldukları için test etmek ve bilimsel düzeyde reddetmek mümkün değildir.

POZİTİF İKTİSAT

- ✓ Para arzı artarsa enflasyon artar.
- ✓ Faiz oranı artarsa yatırımlar azalır.
- ✓ İşsizlik oranı azalırsa ekonomik büyüme artar.
- ✓ Kur düşerse cari açık artar.

NORMATİF İKTİSAT

- ✓ Enflasyon düşürülmelidir.
- ✓ Yatırımlar arttırılmalıdır.
- ✓ Ekonomik büyüme hızlandırılmalıdır.
- ✓ Cari açık düşürülmelidir.

TERCİH VE FIRSAT MALİYETİ (CHOICE AND OPPORTUNITY COST)

İsteklerimizin sınırsız kaynaklarımızın ise sınırlı olması bireyleri ve toplumları zorunluluk ilkesi gereği tercih yapmaya zorlamaktadır. Yapılan her tercih bir karar vermektir. Bir karar vermek ise başka bir karardan vazgeçmek anlamına gelir. Bir şeyi elde etmek için vazgeçilmek zorunda kalınan en iyi alternatife **fırsat maliyeti**, **vazgeçme maliyeti** ya da **alternatif maliyet** denir. Fırsat maliyeti zaman, para ve para+zaman üzerinden olmak üzere üç şekilde hesaplanır.

✓ Zaman Üzerinden

Bir öğrenci için bir saat iktisat çalışmanın en iyi alternatifi bir saat basketbol oynamak ise, bir saat iktisat çalışmanın fırsat maliyeti bir saat basketbol oynamaktan vazgeçmektir.

✓ Para Üzerinden

Bir kişinin cebinde 10 TL olduğunu ve bir fincan kahvenin 5 TL, 1 dilim pastanın 10 TL olduğunu varsayalım. Bu durumda;

$$\text{Bir fincan kahvenin fırsat maliyeti} = \frac{5}{10} = \frac{1}{2} \text{ dilim pasta}$$

$$\text{Bir dilim pastanın fırsat maliyeti} = \frac{10}{5} = 2 \text{ fincan kahve}$$

Görüldüğü gibi bir fincan kahvenin fırsat maliyeti yarım dilim pastaya, bir dilim pastanın fırsat maliyeti ise 2 fincan kahveye eşittir. İktisatta malların fiyatlarının birbirine oranına **nispi fiyat** denir ve her nispi fiyat pay kısmında hangi malın fiyatı varsa o malın fırsat maliyetini verir.

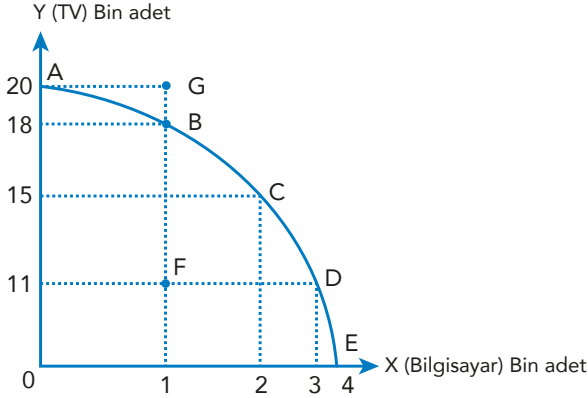
✓ Para + Zaman Üzerinden

Fırsat maliyeti açık ve örtük maliyetlerin toplamından oluşur. Para açık maliyeti zaman örtük maliyeti temsil eder. Örneğin bir üniversite mezunu bir yıl boyunca KPSS'ye hazırlanmak için A Kadro Eğitim Kurumları'na 4.000 TL'ye kayıt yaptırdığında bu bir açık maliyettir. Bu kişi bir işte çalışmak yerine KPSS'ye hazırlanmayı tercih ettiği için, çalışması durumunda elde edebileceği bir yıllık gelirden vazgeçmiştir. Vazgeçtiği bu gelirin yıllık 24.000 TL olduğunu varsayarsak bu bir örtük maliyettir. Dolayısıyla bir üniversite mezununun daha iyi bir kariyer ve hayat standardı elde edebilmek için KPSS'ye hazırlanmasının yıllık fırsat maliyeti 28.000 TL ile satın alabileceği mallardan vazgeçmesidir.

Bireylerin olduğu gibi toplumların yani ülkelerin de kaynakları sınırlı olduğundan, ülkeler de üretilecek mallar arasında tercih yaparlar. Ülkelerin yaptıkları tercihleri ve bu tercihler sonucunda ortaya çıkan fırsat maliyetini üretim imkânları eğrisi yardımıyla inceleyelim.

ÜRETİM İMKÂNLANI EĞRİSİ (DÖNÜŞÜM EĞRİSİ) (TRANSFORMATION CURVE)

Mevcut üretim faktörleri ve üretim teknolojisi veri (sabit) iken, belirli bir dönemde ekonominin maksimum düzeyde üretebileceği çeşitli mal bileşimlerini gösteren eğriye **üretim imkânları eğrisi** denir. Dönüşüm eğrisi olarak da adlandırılan üretim imkânları eğrisi bir ülkenin mal üretme kapasitesini gösterir. Üretim imkânları eğrisini bir örnek yardımıyla inceleyelim. Dikey ekseninde televizyon, yatay ekseninde ise bilgisayar üretiminin yer aldığı aşağıdaki grafiğin Türkiye'nin üretim imkânları eğrisi olduğunu varsayalım.



Üretim imkânları eğrisi üzerinde bulunan A, B, C, D ve E noktalarında Türkiye sahip olduğu üretim faktörlerinin tamamını kullanmakta ve dolayısıyla maksimum üretim yapmaktadır. F noktasında sahip olduğu üretim faktörlerinin tamamını kullanmadığından, bu noktada işsizlik ve eksik kapasite sorunu vardır. G noktasında ise üretim yapabilmek için sahip olduğu üretim faktörleri yeterli değildir. Türkiye A noktasında sahip olduğu üretim faktörlerinin tamamını televizyon üretimine yönlendirdiğinden 20 bin adet televizyon üretmesine rağmen hiç bilgisayar üretememiştir.

Eğer Türkiye 20 bin adet televizyon üretirken aynı zamanda bin adet de bilgisayar üretmek isterse, bu durumda üretim imkânları eğrisinin üstünde yer alan G noktasında bulunması gerekir. Ancak bu noktada üretim yapmak için sahip olduğu üretim faktörleri yeterli olmadığından, bin adet bilgisayar üretmek istediğinde 2 bin adet televizyon üretiminden vazgeçerek B noktasında üretim yapmak zorundadır. Dolayısıyla bin adet bilgisayar üretmenin fırsat maliyeti 2 bin adet televizyona eşittir. Eğer Türkiye bin adet daha bilgisayar üretmek isterse bu durumda vazgeçmesi gereken televizyon miktarı 3 bin âdete çıkmaktadır. Dikkat edilirse Türkiye'nin üretmek istediği bilgisayar miktarı arttıkça vazgeçmesi gereken televizyon miktarı da arttığından, fırsat maliyeti de artmaktadır. Bin adet bilgisayar üretmenin fırsat maliyeti B noktasında 2 bin adet televizyon iken, bu fırsat maliyeti C noktasında 3 bine ve D noktasında ise 4 bine çıkmaktadır. Dönüşüm eğrisi üzerinde bulunan fırsat maliyetleri marjinal dönüşüm oranı ile hesaplanır. Şimdi marjinal dönüşüm oranını inceleyelim.

MARJİNAL DÖNÜŞÜM ORANI (MARGINAL RATE OF TRANSFORMATION)

Bir maldan bir birim daha fazla üretilmesi halinde diğer maldan vazgeçilmesi gereken miktarı gösteren orana **marjinal dönüşüm oranı** denir. Dikey ekseninde y malı yatay ekseninde de X malı yer aldığı MRT_{X,Y}:

$$MRT_{X,Y} = - \frac{\Delta Y}{\Delta X} = - \frac{Y_2 - Y_1}{X_2 - X_1}$$

MRT_{X,Y} ifadesinde ilk yazılan mal üretimi arttırılmak istenen mal iken, ikinci yazılan mal ise üretimden vazgeçmeye razı olduğumuz maldır.

$$A \text{ noktasından } B \text{ noktasına gidildiğinde } MRT_{X,Y} = - \frac{18 - 20}{1 - 0} = 2$$

$$B \text{ noktasından } C \text{ noktasına gidildiğinde } MRT_{X,Y} = - \frac{15 - 18}{2 - 1} = 3$$

$$C \text{ noktasından } D \text{ noktasına gidildiğinde } MRT_{X,Y} = - \frac{11 - 15}{3 - 2} = 4$$

Görüldüğü gibi Türkiye'nin her bin adet bilgisayar üretmek istediğinde vazgeçmesi gereken televizyon üretimi miktarı her aşamada artmaktadır. Bu şekilde bir maldan bir birim daha fazla üretilebilmesi için diğer malın üretiminden vazgeçilmesi gereken miktarın her aşamada artmasına **artan fırsat maliyeti** denir. Artan fırsat maliyetinin ortaya çıkmasının nedeni bir ülkenin sahip olduğu üretim faktörlerinin uzmanlaştığı üretim alanından daha az uzman olduğu üretim alanına kaydırılmasıdır. Türkiye'nin her bin adet bilgisayar üretmek istediğinde daha fazla miktarda televizyon üretiminden vazgeçmesi, Türkiye'nin televizyon üretiminde daha uzman olduğunu gösterir. Çünkü Türkiye sahip olduğu üretim faktörlerini bilgisayar üretimine kaydırıldığında, üretim faktörlerinin verimlilikleri azalmakta ve bu nedenle her seferinde daha fazla televizyon üretiminden vazgeçmek zorunda kalmaktadır. Dolayısıyla, üretim faktörlerinin daha az uzman oldukları alana kaydırılması, bu faktörlerin verimliliklerini azaltırken fırsat maliyetini ise her aşamada arttırmaktadır.

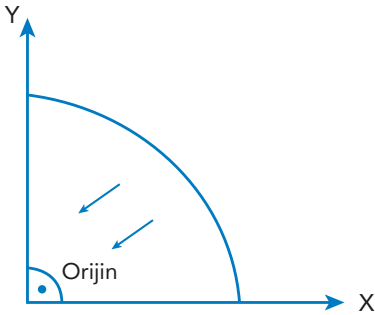
Sonuç olarak, bir ülkenin daha az uzman olduğu bir malı üretme isteği azalan verimliliğe, azalan verimlilik artan fırsat maliyetine, artan fırsat maliyeti de orijine göre içbükey bir üretim imkanları eğrisine neden olur.

DİKKAT

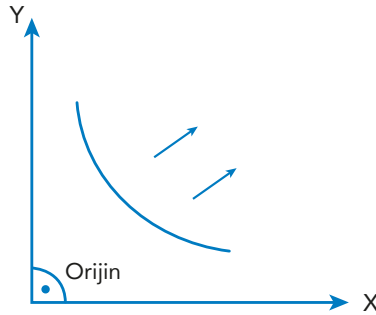
Üretim imkanları eğrisinin şeklini fırsat maliyeti, fırsat maliyetini verimlilik ve verimliliği de uzmanlaşma belirler.

- ✓ Bir ülkenin daha az uzman olduğu bir malı üretme isteği azalan verimliliğe, azalan verimlilik artan fırsat maliyetine, artan fırsat maliyeti de orijine göre içbükey (konkav) bir üretim imkanları eğrisine neden olur.
- ✓ Bir ülkenin daha fazla uzman olduğu bir malı üretme isteği artan verimliliğe, artan verimlilik azalan fırsat maliyetine, azalan fırsat maliyeti de orijine göre dışbükey (konveks) bir üretim imkanları eğrisine neden olur.
- ✓ Bir ülkenin iki malda da uzmanlığı aynı olsaydı, bir malı üretme isteği sabit verimliliğe, sabit verimlilik sabit fırsat maliyetine, sabit fırsat maliyeti de negatif eğimli doğru şeklinde üretim imkanları eğrisine neden olur.

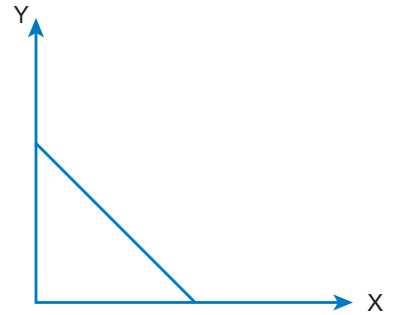
Artan Fırsat Maliyeti
(Azalan Verimlilik)



Azalan Fırsat Maliyeti
(Artan Verimlilik)

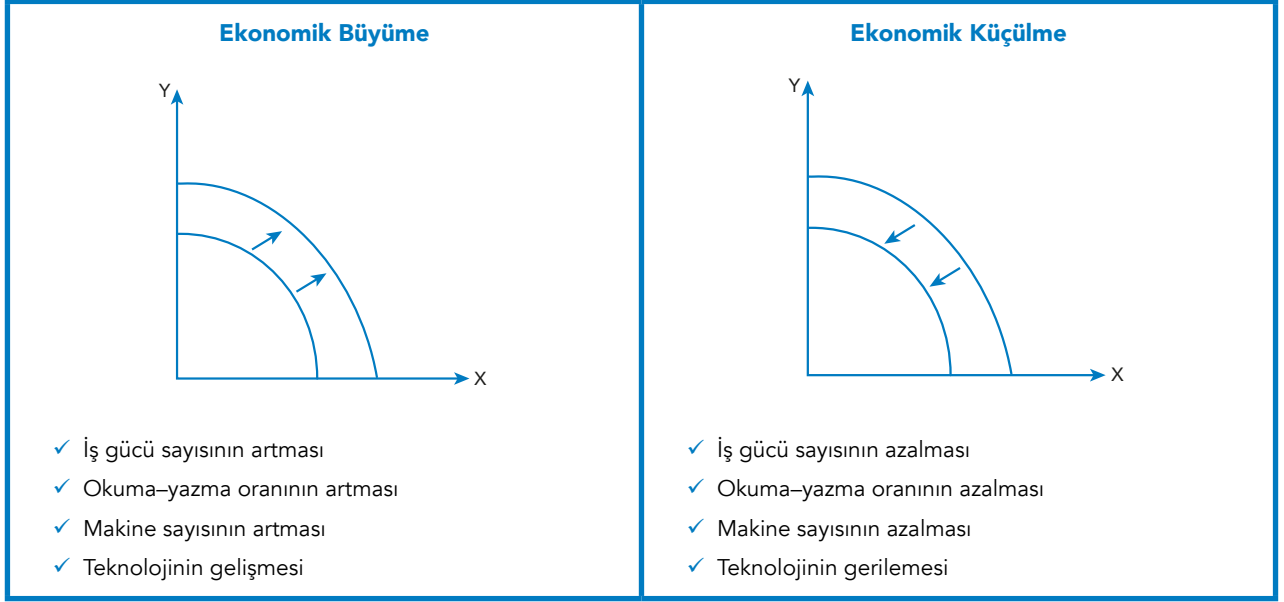


Sabit Fırsat Maliyeti
(Sabit Verimlilik)



ÜRETİM İMKÂN LARI EĞRİSİNDEKİ KAYMALAR

Üretim faktörlerinde meydana gelen niceliksel ve niteliksel her artış mal üretme kapasitesini arttırdığından dolayı üretim imkanları eğrisini sağa, her azalış ise sola doğru kaydırır. Üretim imkanları eğrisinin sağa kaymasına **ekonomik büyüme**, sola kaymasına ise **ekonomik küçülme** denir.



DİKKAT

Emeğin niteliği eğitimle, sermayenin niteliği teknoloji ile artar.

2. BÖLÜM TALEP, ARZ VE PİYASA DENGESİ

TALEP (DEMAND)

Tüketicinin belli bir dönemde satın alma gücü ile desteklenmiş çeşitli fiyatlardan satın almak istediği mal miktarına **talep (efektif talep)** denir. Bir isteğin talep olarak nitelendirilebilmesi için, o isteğin yeterli satın alma gücüyle desteklenmesi gerekir. Örneğin bir tüketicinin ev almaya yönelik satın alma isteğinin talep olarak nitelendirilebilmesi için, o tüketicinin ev satın almak için gerekli paraya sahip olması gerekir. Herhangi bir maldan talep edilen miktar ile bu miktarı etkileyen değişkenler arasındaki ilişkiler talep fonksiyonu ile ifade edilir. Talep fonksiyonu bireysel ve piyasa talep fonksiyonu olmak üzere ikiye ayrılır. Talep kavramı açıklanırken ilk önce tek bir tüketicinin satın alma isteği üzerinden hareket edildiğinden ilk olarak bireysel talep fonksiyonunu inceleyelim.

BİREYSEL TALEP FONKSİYONU

Bireysel talep fonksiyonu, tüketicinin bir maldan talep ettiği miktar ile bu miktarı etkileyen değişkenler arasındaki ilişkiyi ifade eder. Tüketicinin talep ettiği malın X malı olduğunu varsayarsak, bireysel talep fonksiyonu:

$$Q_{DX} = f(P_x, P_y, M, T, E)$$

(Ceteris Paribus)

- Q_{DX}** = X malının talep edilen miktarı
- P_x** = X malının fiyatı
- P_y** = Diğer malın fiyatı
- M** = Tüketicinin nominal geliri
- T** = Zevk ve tercihler
- E** = Tüketicinin fiyat ile ilgili beklentileri

Bu fonksiyon bir tüketicinin belli bir dönemde satın almak istediği X malı miktarının; malın kendi fiyatına, diğer malın fiyatına tüketicinin nominal gelirine, tüketicinin zevk ve tercihlerine ve tüketicinin fiyat ile ilgili beklentilerine bağlı olduğunu belirtir. Bireysel talep fonksiyonunda bir malın talep edilen miktarını etkileyen değişkenlerin malın kendi fiyatı dışında sabit (Ceteris Paribus) olduğu varsayılır. Çünkü bireysel talep fonksiyonundan hareketle bireysel talep eğrisi elde edilir ve bireysel talep eğrisi malın fiyatı ile talep edilen miktar arasındaki ilişkiyi grafiksel olarak gösterir. Malın fiyatı ile talep edilen miktar arasındaki ilişkiyi grafiksel olarak gösterebilmek içinde malın fiyatı dışındaki talebi etkileyen tüm değişkenlerin sabit kabul edilmesi gerekir. Ceteris Paribus varsayımı altında bireysel talep fonksiyonu:

$$Q_{DX} = f(P_x)$$

İnsanlar bir malın fiyatı arttıkça o maldan uzaklaşmayı, fiyatı azaldıkça yakınlaşmayı tercih ederler. Bu gözleme dayanarak İngiliz iktisatçı Alfred Marshall malın fiyatı ile talep edilen miktar arasındaki ters yönlü ilişkiyi **talep kanunu** olarak adlandırmıştır. Talep kanunundaki fiyat ile talep edilen miktar arasındaki ters yönlü ilişki iktisatçılar tarafından ikame ve gelir etkisi olmak üzere iki etkiyle açıklanmaktadır.

İkame Etkisi

Diğer malın fiyatı sabitken, bir malın fiyatı azaldığında fiyatı azalan mal nispi olarak diğer mala göre ucuzlar. Bu durumda tüketicilerin fiyatı azalan mala yönelik satın alma isteklerini arttırmalarına **ikame etkisi** denir. İkame etkisine göre malın fiyatı ile talep edilen miktar arasında ters yönlü bir ilişki vardır.

$$P_x \downarrow \frac{P_x}{P_y} \downarrow Q_{DX} \uparrow$$

Negatif