

ÜNİTE 7

TAM REKABET PİYASASI

Ünite ile ilgili bilgi: Tam rekabet piyasasını tanıır, bu piyasanın özelliklerini ve sonuçlarını kavrarlar.

Arasınay	4
Final-Bütünleme	1

A) TAM REKABET PİYASASI (ürün fiyatları piyasa arz ve talebi tarafından belirlenir)
Tam rekabet piyasası hiç bir firmanın sattığı ürünün fiyatı üzerinde tek başına kontrol gücünün olmadığı özel bir piyasadır.

Tam rekabet piyasasında faaliyette bulunan bir firmanın malların fiyatlarını kontrol etme yeteneği yoktur. Kısaca; tam rekabetçi firma fiyat belirleyici değil fiyat kabullenicidir.

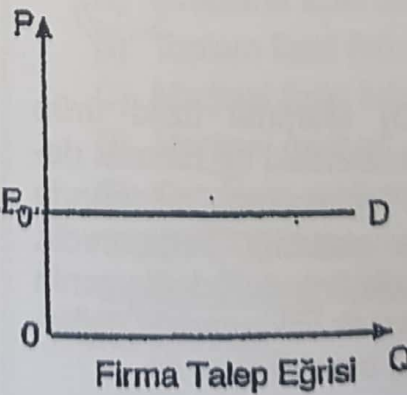
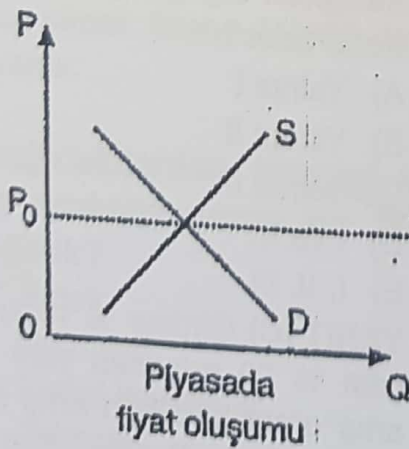
Tam Rekabet Piyasasının Özellikleri

1. Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.
2. Her firma homojen bir ürün üretir ve satar. (reklama gerek kalmıyor!)
3. Alıcı ve satıcılar tam bilgiye sahiptirler.
4. Firmalar kolaylıkla piyasaya girip çıkarlar.

Gerçek yaşamda bazı tarımsal ürün piyasaları, küçük perakende ticaret, hisse senedi ve altın piyasası tam rekabet piyasasının özelliklerine yaklaşan piyasalardır.

Tam Rekabet Piyasasında Firmanın Piyasada Karşılaştığı Talep Eğrisi

Tam rekabet piyasasında hiçbir alıcı ve satıcı ürün fiyatlarının belirlenmesinde tek başına etkili değildir. Ürün fiyatları piyasa arz ve talebi tarafından belirlenir. Firmalar piyasada oluşan fiyatı esas alırlar. Bu nedenle, tek bir firmanın ürününe olan talep eğrisi; geçerli piyasa fiyatında tam esnektir. Bu eğri aşağıdaki grafikte gösterilmiştir:



revenue = gelir

68

İKTİSADA GİRİŞ

B) TAM REKABET PİYASASINDA KISA DÖNEMDE KÂR MAKSİMİZASYONU

Firma Gelirleri ve Gelir Eğrileri

1) Toplam Gelir (TR): Bir firmanın ürünlerinin satışından elde ettiği para miktarıdır.

$$TR = P \times q$$

2) Ortalama Gelir (AR): Toplam gelirin satış miktarına oranıdır.

$$AR = \frac{TR}{q} = \frac{P \times q}{q} = P$$

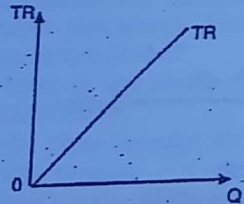
Not: Tam rekabet piyasasında fiyat aynı zamanda ortalama gelire eşittir.

3) Marjinal Gelir (MR): Satışların bir birim artırılması sonucu toplam gelirden meydana gelen değişimdir.

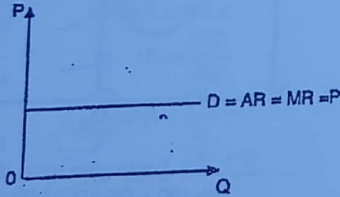
$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta q}$$

Not: Tam rekabet piyasasında bir firmanın marjinal geliri (MR) ve ortalama geliri (AR) malın piyasadaki satış fiyatına eşittir. Çünkü diğer şartlar sabitken tam rekabet piyasasında fiyatta bir değişme eğilimi yoktur (sabitir).

Gelir Eğrileri



Toplam gelir (TR) eğrisi satış miktarı ile birlikte sürekli artan bir doğrudur. Toplam gelir eğrisinin eğimi = Fiyat $TR = P$



Marjinal gelir (MR), Ortalama gelir (AR) eğrileri fiyata (P) eşit olduğundan aynı zamanda talep (D) eğrisidir.

Kısa Dönemde Kâr Maksimizasyonu

Kısa dönemde bir firmanın kârını nasıl maksimize ettiğini açıklamak için iki farklı yaklaşım söz konusudur. Bunlar; toplam gelir - toplam maliyet ve marjinal gelir - marjinal maliyet yaklaşımıdır.

1. Toplam Gelir - Toplam Maliyet Yaklaşımı

Firmanın toplam geliri ile toplam maliyeti arasındaki farka toplam kâr adı verilir. Burada sözü edilen kâr ekonomik kârdır.

$$\text{Toplam Kâr} = \text{Toplam Gelir} - \text{Toplam Maliyet}$$

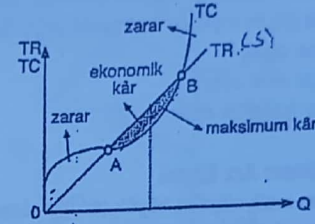
$$TP = TR - TC \text{ dir.}$$



MURAT AÇIKÖĞRETİM YAYINLARI

69

- $TR > TC$ ise firma ekonomik kâr elde eder.
 - $TR < TC$ ise firma zarar eder.
 - $TR = TC$ ise firma başabaş noktasındadır.
- Bu üç durumu şekil yardımıyla açıklayalım.



Toplam maliyet eğrisinin toplam gelir eğrisinden büyük olduğu üretim düzeylerinde firma zarar eder. Toplam gelir ile toplam maliyetin birbirine eşit olduğu noktalarda (A ve B) firma başabaş noktasındadır. Firmanın toplam gelir eğrisi toplam maliyet eğrisinden büyük ise firma ekonomik kâr elde eder.

Firma, maksimum kârını; toplam gelir eğrisi ile toplam maliyet eğrisi arasındaki dikey uzunluğun en çok olduğu çıktı düzeyinde elde eder.

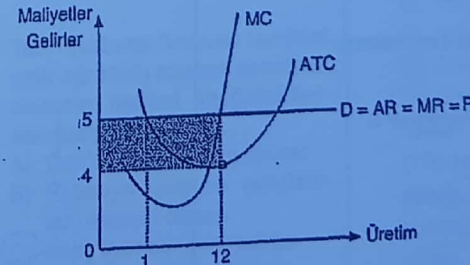
2. Marjinal Maliyet - Marjinal Gelir Yaklaşımı

$MR > MC$ ise firmanın üretimini artırması gerekir.

$MR < MC$ ise firmanın üretimini azaltması gerekir.

$MR = MC$ olduğunda firma kısa dönemde kârını maksimum yapan üretimi belirler. Bu üretim düzeyinde MC eğrisi artan bir seyir izlemektedir.

Bu durumu aşağıdaki grafikte açıklayalım.



Şekle göre firma $MR = MC$ üretim düzeyinde karını maksimize eden üretim düzeyini belirlemiştir. Bu düzeyde fiyat 5 TL buna karşılık ortalama toplam maliyet 4 TL'dir. Buna göre $P > ATC$ olduğu için firma, birim başına $(P - ATC)$ kadar ortalama kâr ve taralı alan kadar toplam kâr elde etmektedir.

Firmanın kârını maksimize eden üretim düzeyinde normal üstü kâr elde edip etmediğini belirlemek için ürünün fiyatı (P) ile o çıktıyı üretmenin birim maliyetini (ATC) karşılaştırmamız gerekir. Buna göre;

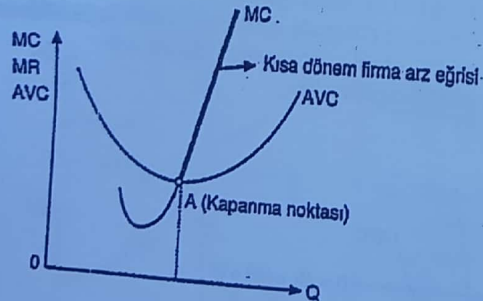
- Eğer $P > ATC$ ise firma normal üstü kâr elde eder.
- Eğer $P = ATC$ ise firma sadece normal kâr elde eder.
- Eğer $P < ATC$ ise firma zarar eder.

Tam Rekabetçi Bir Firmanın Kısa Dönem Arz Eğrisi

Firma ortalama geliri ortalama değişken maliyetinden büyük olduğu sürece üretime devam etmelidir. Fiyat (P) ortalama değişken maliyetten (AVC) büyük olduğu sürece firma, zarar etse bile, üretime devam etmelidir. Aksine, $P < AVC$ ise firma geçici olarak faaliyetine son verir ve $P = AVC$ ise kayıtsız kalır.

Kapanma Noktası: Ürünün fiyatının ortalama değişken maliyete eşit olduğu üretim düzeyine kapanma noktası adı verilir. ($P = AVC$)

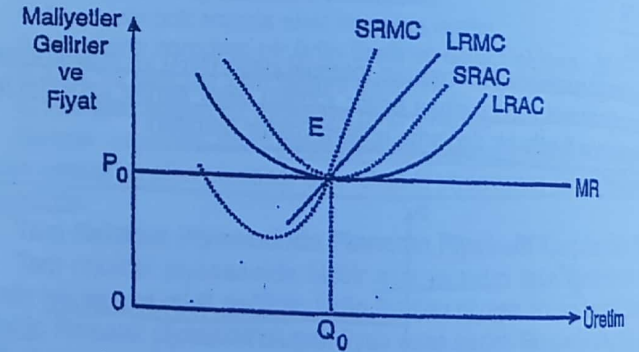
Firmanın Kısa Dönem Arz Eğrisi: Marjinal maliyet (MC) eğrisinin ortalama değişken maliyet (AVC) eğrisinin üzerinde kalan kısmıdır. Bu iki kavramı aşağıdaki grafik yardımıyla açıklayalım.



C) TAM REKABET PİYASASINDA UZUN DÖNEMDE KÂR MAKSİMİZASYONU

Bu piyasada, kısa dönemde ekonomik kârın (normal üstü kârın) oluşması, piyasaya hem yeni firmaların girmesine hem de faaliyette bulunan firmaların üretimlerini arttırmalarına neden olur. Buna karşılık, kısa dönemde eğer bazı firmalar zarar ederse, zarar eden firmalardan bazıları piyasadan kilecekler ve bu şekilde piyasada bulunan firma sayısı azalacaktır.

Uzun dönemde piyasaya yeni firmaların girmesi sonucu piyasa arzı ve ürünün fiyatı düşecektir. Dolayısıyla uzun dönemde ekonomik kâr ortadan kacak ve normal kâra dönüşecektir. Bu arada ürünün fiyatı minimum ortalama maliyet düzeyine kadar inecektir. Yani tam rekabette atıl kapasite oluşmaz. Tam kapasite çalışılacaktır.



Şekle göre uzun dönemde
 $P = MC = SRAC = LRAC = MR = SRMC$

ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR

1. Aşağıdaki piyasalardan hangisinde bir firmanın malların fiyatlarını kontrol etme yeteneği yoktur?

- A) Monopol
B) Oligopol
C) Tam Rekabet
D) Tekelci Rekabet
E) Monopson

YANIT (C) Tam rekabet piyasasında firma sattığı ürünün fiyatı üzerinde kontrol gücüne sahip değildir. Kısaca, tam rekabetçi firma fiyat belirleyici değil, fiyat kabullenicidir.

2. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasasının özellikleri arasında yer almaz?

- A) Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.
B) Her firma homojen bir ürün üretir ve satır.
C) Alıcı ve satıcılar tam bilgiye sahiptirler.
D) Piyasaya girmek engellidir.
E) Firmalar fiyat kabullenicidir.

YANIT (D) Yeni firmalar istedikleri zaman kolaylıkla piyasaya girip faaliyetinde bulunabilirler. Aynı şekilde piyasadan çıkmak isteyen firma da kolaylıkla piyasadan çıkabilir. Yani tam rekabette firmaların piyasaya giriş ve çıkışını engelleyen hiçbir engel söz konusu değildir.

3.

- Tam rekabet piyasasında bir firmanın karşı karşıya bulunduğu talep eğrisinin şekli nasıldır?

- A) Yatay eksene dik bir doğrudur.
B) Yatay eksene paralel bir doğrudur.
C) İki köşenli hiperboldür.
D) Negatif eğimlidir.
E) Pozitif eğimlidir.

YANIT (B) Tam rekabetçi firma piyasada oluşan fiyatı esas alır ve bu fiyattan istediği kadar mal satabilir. Bu nedenle talep eğrisi piyasa fiyatında tam esneklik.

4. Aşağıdakilerden hangisi ortalama gelirin formülüdür?

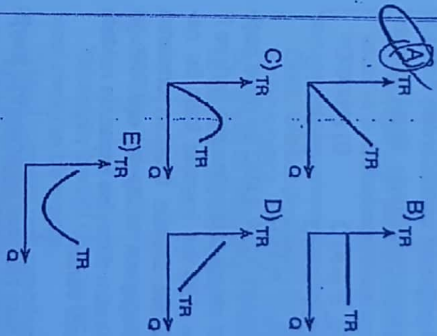
- A) $AR = p \times q$
B) $AR = \frac{ATC}{\Delta Q}$
C) $AR = \frac{TR}{Q}$
D) $AR = \frac{\Delta(p + q)}{\Delta Q}$
E) $AR = \frac{TC}{Q}$

YANIT (C) Ortalama gelir (AR) toplam gelirin satış miktarına oranıdır.

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{p \times q}{q} = p$$

Tam rekabet piyasasında ortalama gelir fiyata eşittir.

6. Aşağıdakilerden hangisi, tam rekabetçi firmanın toplam gelir (TR) eğrisidir?

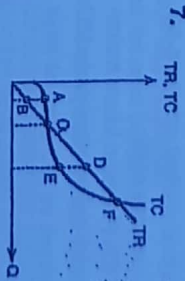


YANIT (A) Toplam gelir (TR) fiyat ile satış miktarının çarpımıdır. $TR = p \times q$. Tam rekabette fiyat sabit olduğu için satış miktarı arttıkça toplam gelir artar. Bu nedenle toplam gelir eğrisi satış miktarı ile bir-likte sürekli artan bir yapı sergiler.

6. Tam rekabetçi firmanın marjinal gelir eğrisinin sonsuz esnek olmasının nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Çok sayıda firmanın olması
B) Piyasaya giriş ve çıkışların tam serbest olması
C) Satış fiyatının sabit olması
D) Ürünün homojen olması
E) Talebin ortalama gelire eşit olması

YANIT (C) Marjinal gelir, satışın bir birim artması sonucu toplam gelirden meydana gelen değişimdir. Ancak tam rekabette satış fiyatı sabit olduğu için bu değişim de sabit düzeydedir. Bu nedenle marjinal gelir fiyata eşit ve sabit olur. Marjinal gelir eğrisi de yataya paralel ve sonsuz esneklik.



Yukarıdaki grafikte tam rekabetçi firmanın toplam gelir (TR) ve toplam maliyet (TC) eğrileri verilmiştir. Buna göre aşağıdaki noktalar-
dan hangisinde firma başaşa-
r noktasındadır?

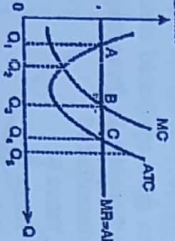
- A) Yalnız A
B) Yalnız C
C) Yalnız F
D) A ve B
E) C ve F

YANIT (E) Firma, toplam gelir (TR) ile toplam maliyetin (TC) eşit olduğu $TR = TC$, yani iki eğrinin kesiştiği üretim düzeylerinde başaşa üretim gerçekleştirebilir. Bu durum şekilde C ve F noktaları olarak gösterilmiştir.

8. Tam rekabetçi firmanın kârını maksimize ettiği üretim düzeyinde aşağıdakilerden hangisi geçerlidir?

- A) Marjinal gelir ile marjinal maliyet arasındaki fark maksimumdur.
 B) Marjinal gelir ortalama toplam maliyete eşittir.
 C) Ortalama gelir ortalama maliyete eşittir.
 D) Marjinal gelir marjinal maliyete eşittir.
 E) Marjinal maliyet ortalama satış bir maliyete eşittir.

YANIT (D) Firmanın kârını maksimize ettiği üretim düzeyinde $MC = MR$ olmalı ve MC artan bir seyir izliyor olmalıdır.



Yukarıdaki şekle göre tam rekabetçi firma hangi üretim düzeyinde kârını maksimize eder?

- A) Q_1
 B) Q_2
 C) Q_3
 D) Q_4
 E) Q_5

YANIT (C) Tam rekabet piyasasında firmanın kâr maksimizasyonu ve denge koşulu marjinal maliyetin, marjinal gelire eşit olmasıdır. Marjinal maliyet eğrisi B nok-

tasında marjinal geliri kesmiştir. Bu noktada gerçekleşen üretim düzeyi ise Q_3 'tür.

10. Aşağıdaki eşitliklerden hangisi gerçekleştiğinde firma kapanma noktasındadır?

- A) $P = ATC$
 B) $P > ATC$
 C) $P = AVC$
 D) $P = TC$
 E) $P = TVC$

YANIT (C) $P < AVC$ ise firma geçici olarak faaliyetine son verir ve $P = AVC$ ise kayıtsız kalır. Bu nedenle ürünün fiyatının ortalama değişken maliyete eşit olduğu üretim düzeyine kapanma noktası adı verilir.

11. Tam rekabet piyasasında marjinal maliyet eğrisinin (MC), ortalama değişken maliyet eğrisinin üzerinde kalan kısmına ne ad verilir?

- A) Kısa dönem talep eğrisi
 B) Kısa dönem firma arz eğrisi
 C) Uzun dönem talep eğrisi
 D) Uzun dönem-firma arz eğrisi
 E) Uzun dönem ortalama hasılat eğrisi

YANIT (B) Sadece ortalama değişken maliyet eğrisinin üzerinde olan fiyatlar firmayı mal üretmeye yönlendireceği için, firmanın kısa dönem arz eğrisi, marjinal maliyet eğrisinin artan kısmıdır, marjinal maliyet eğrisinin ortalama değişken maliyet eğrisinin üzerinde kalan kısmıdır.

12. Tam rekabet piyasasının uzun dönem dengesi ile ilgili olarak aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- A) Atıl kapasite ile çalışılır.
 B) Ekonomik kâr elde edilir.
 C) Normal üstü kâr elde edilir.
 D) Normal kâr elde edilir.
 E) Fiyat ortalama maliyetten büyük.

YANIT (D) Firma uzun dönemde piyasaya yeni firmalar kolaylıkla girebildiği için normal kârla çalışır, ekonomik kâr ortadan kalkar. Ayrıca $P = AC_{min}$ olduğu için firma atıl kapasite ile değil tam kapasite ile çalışır.

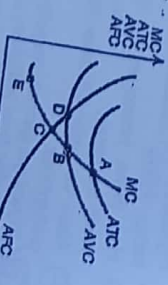
13. Tam rekabet piyasasında fiyat her zaman aşağıdakilerden hangisine eşittir?

- A) Marjinal maliyete
 B) Ortalama maliyete
 C) Ortalama gelire
 D) Toplam gelire
 E) Toplam maliyete

14. Tam rekabet piyasasında talep eğrisi aynı zamanda aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Ortalama maliyet eğrisi
 B) Ortalama gelir eğrisi
 C) Marjinal maliyet eğrisi
 D) Ortalama değişken maliyet eğrisi
 E) Ortalama sabit maliyet eğrisi

17.



Yukarıdaki şekle göre hangi nokta firmanın kapanma noktasıdır?

- A) A
 B) B
 C) C
 D) D
 E) E

15. Satışların bir birim artmasına sonucu toplam gelirden meydana gelen değişmeye ne ad verilir?

- A) Marjinal gelir
 B) Marjinal maliyet
 C) Marjinal kâr
 D) Ortalama gelir
 E) Toplam gelir

16. Tam rekabetçi bir firma 650 birim malı toplam 3510 TL'ye üretmek kârını maksimize etmektedir. Malın birim satış fiyatı 8 TL olduğuna göre, firmanın toplam kârı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) 1625
 B) 1225
 C) 1800
 D) 1690
 E) 5200

18. Aşağıdakilerden hangisi, tam rekabet piyasası ile ilgili yanlış bir ifadedir?

- A) Uzun dönemde ekonomik kâr ortadan kalkar.
 B) Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.
 C) Firmalar piyasaya kolaylıkla girip çıkarlar.
 D) Alıcı ve satıcılar piyasa hakkında tam bilgiye sahiptir.
 E) Her firma homojen ya da farklılaştırılmış bir ürün üretir ve satar.

19. Tam rekabet piyasasında uzun dönemde ekonomik kârın ortadan kalkıp normal kâra dönüşmesinin nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Atıl kapasitenin var olması
 B) Malin homojen olması
 C) Piyasaya yeni firmaların kolaylıkla girebilmesi
 D) Alıcı ve satıcıların tam bilgiye sahip olması
 E) Alıcı ve satıcıların az olması

20. Aşağıdakilerden hangisi, tam rekabet piyasasının uzun dönem dengesi ile ilgili yanlış bir ifadedir?

- A) Ekonomik kâr yoktur.
 B) Ürün fiyatı ortalama toplam maliyete eşittir.
 C) Firma fiyatın marjinal maliyete eşit olduğu üretim düzeyinde faaliyette bulunur.
 D) Atıl kapasite oluşmaz.
 E) Fabrika büyüklükleri sürekli arttığından maliyetlerde de artış olur.

YANIT ANAHTARI

- 13- C 14- B 15- A 16- D
 17- B 18- E 19- C 20- E

ÜNİTE 8 EKSİK REKABET PİYASALARI

Ünite ile ilgili bilgi: Tekel piyasasının tanımını, işleyişini ve tekeldi bir firmanın olası davranışlarını, bunların sonuçlarını kavrarlar.

Arasınav	4
Final-Bütünleme	1

Eksik rekabet piyasaları üç grupta toplanır.

- A. MONOPOL (TEKEL) PİYASASI
 B. TEKELCİ REKABET PİYASASI
 C. OLİGOPOL PİYASASI

A- TEKEL (MONOPOL) PİYASASI

TEKEL: Bir endüstride (piyasada) tek firmanın bulunduğu bir piyasa türüdür.

Tekelcinin ürettiği ürün ya hiç ikamesi olmayan bir üründür ya da yakın ikamesi olmayan bir maldır.

Tekelci homojen mal satabileceği gibi bir dizi farklılaştırılmış malda satabilir.

Tekel piyasasının tam rekabet piyasasından farkı olarak üç varsayımı söz konusudur.

1. Tek satıcı vardır.
2. Tekelci yakın ikamesi olmayan bir mal satar.
3. Başka firmaların piyasaya girmesini engelleyen önemli kısıtlar vardır.

a) **Yasal Tekeller :** Devlet tarafından verilen imtiyazlarla belirli bir ürünün veya hizmetin üretilmesi işlemlerinin bir firmaya verilmesi, diğer firmaların aynı işi yapmasını engeller. Örnek olarak PTT, TCDD verilebilir.

b) **Patent ve Lisanslar :** Patentler belirli bir süre verilir ve bu dönemde başka firmalar pazara giremez. Bazı endüstrilerde devlet tarafından verilen lisanslarda başka firmaların bu piyasaya girişini engeller. Örnek olarak ilaç sanayi verilebilir.

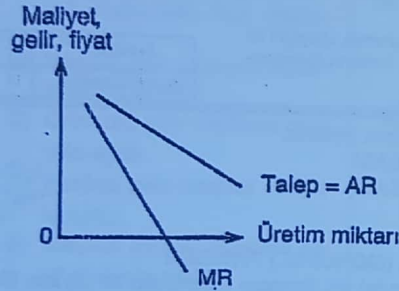
c) **Doğal tekeller :** Bir endüstrideki ölçek ekonomilerinin sadece tek bir firmanın faaliyetini sürdürmesine olanak sağlayacak nitelikte olması halinde ortaya çıkan tekeldir. Üretimin çok büyük sermaye gerektirmesi buna neden olabilir. Örnek olarak elektrik, su ve doğalgaz, telefon hizmetleri verilebilir.

d) **Hammadde kaynaklarına sahip olma:** Endüstriye girebilmek için gerekli olan bir kaynağa, tekeldi firma tamamen sahiptir. Örnek olarak; Etibank'ın alüminyum ve boraks gibi kaynakların arzına sahip olması verilebilir.

Tekel Talebi ve Tekelcinin Gelirleri

Tekelci firma, piyasada faaliyette bulunan tek firma olduğu için tekelcinin talep eğrisi ile piyasa talep eğrisi aynıdır. Bu nedenle tekelcinin talep eğrisi negatif eğimlidir, yani firma piyasa fiyatını etkileme gücüne sahiptir.

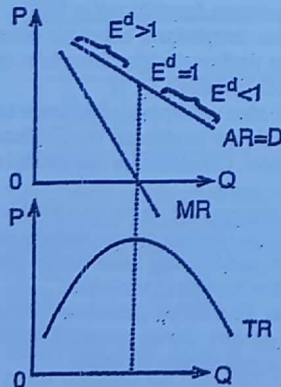
Tekelcinin ortalama gelir eğrisi (AR) aynı zamanda talep (D) eğrisidir. Tekelcinin marjinal gelir eğrisi (MR) eğrisi; talep eğrisi yani ortalama gelir eğrisinin altında azalan, yine negatif eğimli bir eğridir. Bunun nedeni tekelcinin daha çok mal satmak istediğinde fiyatı düşürmek zorunda kalmasıdır.



Ortalama-Marjinal Gelir-Talep Esnekliği

Tekelci firma talep eğrisinin inelastik kısmında mal satmak istemez. Çünkü negatif marjinal gelirler nedeniyle firma üretimini veya satışlarını azaltarak toplam gelirini artırabilir.

Talep esneklik değeri 1'e eşit olduğunda marjinal gelir değeri sıfırdır.

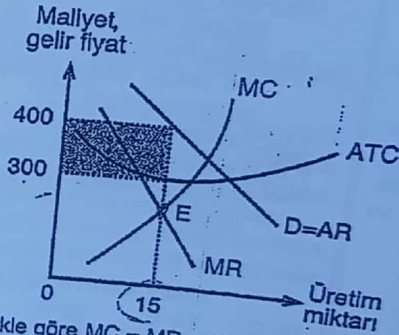


- $E^d > 1$; fiyat düştüğünde toplam gelir artar.
- $E^d < 1$; fiyat düştüğünde toplam gelir azalır.
- $E^d = 1$; toplam gelir maksimum, marjinal gelir sıfırdır.

Kısa Dönemde Tekelde Kâr Maksimizasyonu

Tam rekabet piyasasında olduğu gibi tekelerde de kâr maksimizasyonu; marjinal maliyetin (MC), marjinal gelire (MR) eşit olduğu üretim düzeyinde sağlanır. Bu düzeyde MC eğrisi yükselen bir seyir izlemelidir.

- $MC = MR$
- MC yükselen bir seyir izlemelidir.



Şekle göre $MC = MR$ eşitliğinin sağlandığı E noktasında tekeldi firma karını maksimize eder. Denge noktasında malın fiyatı 400 TL, denge miktarı 15 birim, malın ortalama maliyeti 300 TL dir.

Tekelcinin toplam karı ise; $(400 - 300) \times 15 = 1500$ birimdir (Tıralı alan)

Tekel Piyasasında Uzun Dönemde Denge

Tekelci piyasaya girişler engellendiği için ekonomik kâr uzun dönemde de söz konusu olur.

Tekelde Fiyat Farklılaştırması

Fiyat Farklılaştırması: Aynı malın tek bir üretici tarafından farklı alıcılara farklı fiyatlardan satılmasıdır. Örnek olarak havayolu taşımacılığı, verilebilir.

Fiyat Farklılaştırmasının Koşulları:

- Satıcının mutlaka belli bir ölçüde tekeldi gücünün olması.
- Malın bir piyasadan alınıp diğer bir piyasada satılmasının mümkün olması.
- Satıcının farklı talep esnekliklerine sahip tüketicileri belirleme olanağının olması.

Fiyat Farklılaştırmasının Türleri

Fiyat farklılaştırması üç şekilde yapılır.

1) Birimler Arasında Farklılaştırma: Tekelcinin ürettiği her birim malı ayrı ayrı mümkün olan en yüksek fiyattan almak isteyenlere satmasıdır.

Bu tür bir farklılaştırmaya tam fiyat farklılaştırması da denir.

2) **Miktarlar Arasında Farklılaştırma** : Tekelcinin belirli bir miktar için tek fiyat, daha sonraki ek miktarlar için daha düşük fiyat belirlemesidir.

Bu tür bir farklılaştırmaya ikinci derece fiyat farklılaştırması da denir.

3) **Alıcılar Arasında Farklılaştırma** : Tekelcinin farklı piyasalarda farklı fiyat uygulaması veya aynı alıcı grubu içinde tüketicileri farklı bölümlere ayırıp bunlara farklı fiyatlar uygulamasıdır.

Bu tür bir fiyat farklılaştırmasına üçüncü derece fiyat farklılaştırması da denir.

Tekel ile Tam Rekabet Piyasasının Karşılaştırılması

Tam rekabet piyasası ile tekel piyasası arasında önemli farklılıklar vardır. Her iki piyasada da denge $MC = MR$ düzeyinde oluşmasına rağmen, tekelci için denge noktasında, fiyat; marjinal gelirden ve marjinal maliyetten büyüktür ($P > MR$, $P > MC$).

Uzun dönemde tam rekabette firmalar minimum ortalama maliyette bulunur ve ekonomik kar yoktur. Tekelde ise uzun dönemde ekonomik kar vardır. Tam rekabette fiyat daha düşük, üretim daha yüksek iken; tekelde fiyat daha pahalı, üretim daha azdır.

B-TEKELCİ REKABET PİYASASI

Birbirinden bağımsız olarak hareket eden çok sayıda firmanın, farklı ürünleri sattığı piyasadır.

Tekelci Rekabet Piyasasının Özellikleri

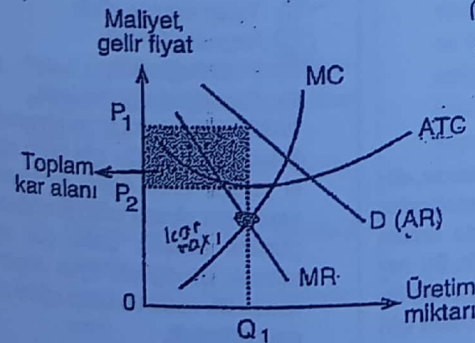
1. Birbirinden bağımsız olarak hareket eden çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.
2. Farklı satıcıların ürünleri farklılaştırılmıştır.

Bu farklar gerçek olabileceği gibi görünüşte de olabilir.

3. Piyasaya giriş ve çıkışlar nispeten serbesttir.

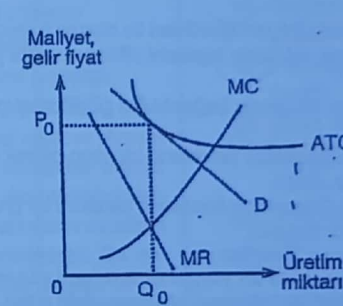
Tekelci Rekabet Piyasasında Kısa Dönem Dengesi

Tekelci rekabetçi firma marjinal gelirin (MR), marjinal maliyete (MC) eşit olduğu üretim düzeyinde karını maksimize eder. ($MC = MR$)



Tekelci Rekabet Piyasasında Uzun Dönem Dengesi

Bu piyasaya giriş ve çıkışların serbest olması nedeniyle, yeni firmalar piyasaya girerler. Bu durum piyasa arzını artırır, bunun sonucu olarak fiyatlar ortalama maliyete eşit oluncaya kadar düşer ve fiyat ortalama maliyete eşit olur. Ekonomik kar söz konusu olmaz, ancak ortalama maliyetin fiyata eşit olduğu nokta, tam rekabet piyasasında olduğu gibi ortalama maliyetin minimum noktası değildir.



C-OLİGOPOL PİYASASI

Birbiri ile rekabet eden az sayıda büyük firmanın, her birinin üretimindeki değişimlerin piyasa fiyatını etkileyecek durumda olduğu piyasa türüdür.

Oligopol piyasası için geçerli olan tek bir teori mevcut değildir, ancak farklı oligopol teorileri vardır. Bunun nedeni ise firmalar arasında var olan karşılıklı bağımlılıktır.

Oligopol Piyasasının Varsayımları

1. Az sayıda satıcı ve çok sayıda alıcının bulunması
2. Firmaların homojen veya farklılaştırılmış ürünler satmaları
3. Piyasaya girişi kısıtlayan önemli engellerin bulunması

Oligopol Piyasasının Özellikleri

✓ 1. Oligopol piyasasında firmalar karşılıklı olarak birbirleriyle bağımlılık içerisindedirler. Bu özellik oligopol piyasasının en önemli özelliğidir.

2. Oligopolcü firmalar homojen ya da farklılaştırılmış mal satabilirler.

3. Az sayıda firma olması nedeniyle bu piyasaya giriş ve çıkışları kısıtlayan önemli engeller vardır. Bu engellerden en önemlileri;

• Ölçek ekonomileri, hammadde kaynaklarına sahip olma ve devlet faaliyetleridir.

Oligopollerin Sınıflandırılması

• Oligopoller ürün farklılaştırmasının olup olmasına bağlı olarak 2'ye ayrılır.

1) **Saf Oligopol**: Oligopol piyasasında faaliyette bulunan firmaların ürünlerinin homojen olduğu oligopol türüdür.

2) Farklaştırmış Oligopol: Oligopol piyasasında faaliyetle bulunan firmaların ürünlerinin homojen olmadığı oligopol türüdür.

* Oligopolier gizli anlaşmalarda veya ihtiyari işbirlikleri ile oluşup oluşmamasına göre de 2'ye ayrılır.

1) Gizli anlaşmalarla: Gizli anlaşmalarla oluşan oligopolde rakip firmalar arasında direkt görüşme ve anlaşma vardır. Bu tür oligopol piyasada istikrarı artırır.

2) İhtiyari işbirlikleri: İhtiyari işbirlikleri ile oluşan oligopolde her firma, kendi hareketine tepki olarak rakibinin tepkisini dikkate alır ve politikasını buna göre oluşturur.

* Oligopolier firmalar arasında bağımlılığın güçlü olup olmaması durumuna göre de 2'ye ayrılır.

1) Tam Oligopol: Oligopolcü firmaların bir grup olarak hareket etmelerine etkilendi oligopol türüdür.

2) Kısmi Oligopol: Oligopolcü firmaların kârlarını bir grup halinde maksimize etmedikleri oligopol türüdür.

Oligopol Piyasasında Teoriler

Oligopol teorileri içerisinde en yaygın olan 3 teori söz konusudur.

1- **Dirseklî Talep Teorisi:** Oligopol piyasasındaki artan fiyatlar için fiyat kârlığını açıklar. Bu teoriye göre firma fiyatlarını düşürse rakipleri de aynı şekilde fiyatını düşürürler, firma fiyat arttırdığında rakipleri bir tepkide bulmaz. Bu durumda talep eğrisi piyasa fiyatı düzeyinde dirsek yapar.

2- **Fiyat Önderliği Teorisi:** Bazı oligopolcülerin fiyatları belirlerken işbirliği yapıldığı bir modeldir. Piyasada lider konumundaki firma fiyat belirler, diğer firmalar belirlenen fiyatı izler.

3- **Kartel Teorisi:** Oligopolcü piyasada sanki tek bir firma faaliyetle bulunuyormuş gibi davranırlar. Kartel firmaların elde ettikleri kârı arttırmak için, üretim miktarının azaltıldığı ve ürün fiyatlarının artırıldığı bir organizasyondur.

Günümüzde en etkin olarak çalışan kartellere örnek olarak, petrol ihracatçısı ülkelerin oluşturduğu kartel (OPEC) verilebilir.



ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR

1. Aşağıdakilerden hangisi tekel piyasasının varsayımlarından biri değildir?

A) Tek bir satıcı vardır.

B) Tekelci yakın ikamesi olma-
yan bir mal satar.

C) Piyasaya girişler engellidir.

D) Tekelcinin sattığı ürün homojen veya farklılaştırılmış olabilir.

E) Tek bir alıcı vardır.

YANIT (E) Tekel (Monopol) piyasasında tek bir satıcı firmanın kar-
Teks bir alıcının bulunduğu piyasa-
ya ise monopol denir.

2. Patent hakları

A) Yasalarca sağlanan imtiyazlar
B) Oluk ekonomileri
C) Hammaddede kaynaklarına sa-
hip olma

Yukarıdakilerden hangileri do-
ğal monopole neden olma-
dır?

A) Yalnız I

B) II ve III

C) Yalnız III

D) Yalnız IV

E) I ve III

YANIT (C) Bazı endüstrilerde, do-
ğal ortalamaya toplam maliyetler
ancak çok büyük ölçekte üretim
sonucunda elde edilebilir. Bu ne-
denle endüstriye yeni girecek fir-
maların rekabet edilebilirliği için

çok büyük ölçekte bir üretim
pastesi ile faaliyetle bulunma-
gerektir. İşte bir endüstride ö-
konomileri sadece tek bir firma
nın faaliyetini devam ettirmesi-
olanak sağlayacak nitelikte ise bu
endüstriye doğal tekel denir.

3. Endüstriye girebilmek için ge-
rekli olan bir kaynağa tekelci
firmanın tamamen sahip oldu-
ğu tekel türü aşağıdakilerden
hangisidir?

A) Yasal tekel

B) Patent yoluyla oluşan tekel

C) Lisanslar yoluyla oluşan tekel-
ler

D) Doğal tekel

E) Hammaddede kaynaklarına sa-
hip olunarak oluşan tekel
YANIT (E) Üretim için gerekli
hammaddeye sahip tek bir firma
varsa üretim ve satışı da sadece
bu firma yapacaktır.

4. Tekelci firmanın talep eğrisinin
şekli nasıldır?

A) Yatay eksene paraleldir.

B) Yatay eksene dikdir.

C) Pozitif eğimlidir.

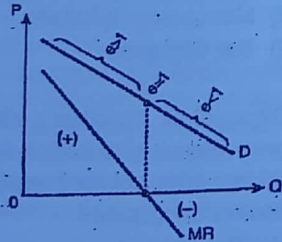
D) Çan eğrisi biçimindedir.

YANIT (C) Tekelci firma piyasada-
ki tek firma olduğu için talep eğri-
sini piyasa talep eğrisi ile aynıdır
yani firma piyasa talebini etkileme
gücüne sahiptir. Daha çok mal
satmak istediğinde fiyatı düşü-
rür. Bu nedenle talep eğrisi ne-
gatif eğimlidir.

5. Tekelcinin marjinal geliri pozitif iken talep esnekliği ile ilgili ne söylenebilir?

- A) Talep esnektir.
B) Birim esnek talep söz konusudur.
C) Talep inelastiktir.
D) Talep tam inelastiktir.
E) Talep esnekliği ile ilgili bir şey söylenemez.

YANIT (A) Tekelci firma talep eğrisinin inelastik bölümünde satış yapmaz. Çünkü marjinal geliri negatif olur. Talep eğrisi birim esnek iken marjinal gelir sıfırdır. Talep eğrisi esnek olduğunda ise marjinal gelir pozitifdir.



6. Tekel piyasasında birimler arası fiyat farklılaştırması yapılmasına ne ad verilir?

- A) İkinci derece fiyat farklılaştırması
B) Üçüncü derece fiyat farklılaştırması
C) Alıcılar arası fiyat farklılaştırması

D) Miktarlar arası fiyat farklılaştırması

E) Tam fiyat farklılaştırması

YANIT (E) Tekelcinin ürettiği her birim malı ayrı ayrı mümkün olan en yüksek fiyattan almak isteyenlere satması tam fiyat farklılaştırmasıdır.

7. Aşağıdakilerden hangisi tekel ile tam rekabet piyasası farklarına ilişkin yanlış bir ifadedir?

- A) Tekelci piyasada kısa dönemde fiyat marjinal gelirden büyüktür.
B) Tekel piyasasında fiyat marjinal maliyetten büyüktür.
C) Uzun dönemde tekel piyasasında ekonomik kar vardır.
D) Tekelde uzun dönemde fiyat daha ucuz üretim daha fazladır.
E) Tekelde uzun dönemde fiyat ortalama maliyetten büyüktür.

YANIT (D) Tekelde uzun dönemde firma halen ekonomik kar elde ettiğinden fiyatlar daha pahalı üretim daha azdır. Bu nedenle atıl kapasite ile çalışılır.

8. Birbirinden bağımsız hareket eden çok sayıda satıcının farklılaştırılmış ürün sattığı piyasa aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Tekel piyasası
B) Tam rekabet piyasası
C) Oligopol piyasası
D) Tekelci rekabet piyasası
E) Saf oligopol piyasası

YANIT (D) Tekelci rekabet piyasasında da Tam rekabette olduğu gibi çok sayıda alıcı ve satıcı vardır. Ancak bu satıcıların sattıkları ürünler farklılaştırılmıştır. Bu nedenle firmalar belli oranda bir tekelci güç elde ederler ve dolayısıyla belli aralıklarla piyasa fiyatını etkileyebilirler.

- I. Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.
II. Mallar homojendir.
III. Piyasaya giriş ve çıkış serbesttir.

Yukarıdaki piyasa varsayımlarından hangileri tekelci rekabet piyasasında geçerli değildir?

- A) Yalnız III
B) Yalnız I
C) Yalnız II
D) I ve III
E) I, II, III

YANIT (C) Tekelci rekabet piyasasında ürünler homojen değil farklılaştırılmıştır.

10. Aşağıdakilerden hangisi tekelci rekabet piyasasının bir özelliği değildir?

- A) Firmalar birbirinden bağımsız hareket ederler.
B) Üretilen ürünler farklılaştırılmıştır.
C) Piyasaya giriş çıkışlar serbesttir.
D) Uzun dönemde fiyatlar minimum ortalama maliyetlere eşittir.
E) Çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.

YANIT (D) Uzun dönemde serbest giriş koşulu olduğundan ekonomik kar ortadan kalkar. Ancak tam rekabette olduğu gibi tam kapasite çalışmaz. Fiyatlar minimum ortalama maliyetlerden büyüktür.

11. Birbiri ile rekabet eden az sayıda büyük firmanın piyasa fiyatını etkileyecek durumda olduğu piyasa türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Monopol
B) Tekel
C) Oligopol
D) Tekelci rekabet
E) Tam rekabet

YANIT (C) Oligopolde az sayıda firma vardır. Firmalar birbirine bağımlıdır ve firmaların ölçekleri büyüktür.

12. Oligopolde "firma fiyatı düşürürse rakipleri de fiyatı düşürür, firma fiyatı arttırdığında rakipleri tepkide bulunmaz" şeklinde ifade edilen teoriye ne-ad verilir?

- A) Fiyat önderliği teorisi
B) Kartel teorisi
C) Dirsekl talep teorisi
D) İhtiyari işbirliği ile oluşan oligopol teorisi
E) Egemen fiyat önderliği teorisi
- YANIT (C)** Bu model oligopol piyasasında artan fiyatlar için fiyat katılığına açıklar. Bu teoride talep eğrisi piyasa fiyatı düzeyinde dirsek yapar.

13. Tekel piyasasında talep eğrisinin esnekliğinin 1'e eşit olması durumunda aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- A) Marjinal gelir maksimumdur.
B) Toplam gelir minimumdur.
C) Toplam gelir sıfırdır.
D) Marjinal gelir sıfırdır.
E) Marjinal gelir negatiftir.

14. Aşağıdakilerden hangisi fiyat farklılaştırmasının koşullarından biri değildir?

- A) Satıcının tekeli gücü olmalıdır.
B) Alt piyasalarda talep esneklikleri farklı olmalıdır.
C) Piyasalar arasında geçiş mümkün olmamalıdır.

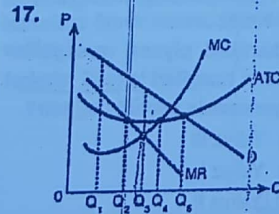
- D) Tek satıcı olmalıdır.
E) Satıcı fiyatı etkileme gücüne sahip olmamalıdır.

15. Oligopolcü firmaların bir grup olarak kârlarını maksimize ettikleri oligopol türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Eksik oligopol
B) Noksan oligopol
C) Kısmi oligopol
D) Tam oligopol
E) Nispi oligopol

16. Oligopolcü firmaların ürettikleri malın homojen olduğu piyasa türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Saf oligopol
B) Farklılaştırılmış oligopol
C) Kısmi oligopol
D) Noksan oligopol
E) Nispi oligopol



Yukarıdaki şekle göre tekeli firma hangi üretim düzeyinde kârını maksimize eder?

- A) Q_1
B) Q_2
C) Q_3
D) Q_4
E) Q_5

18. Bir doktorun yaşlı müşterilerine diğer müşterilerine oranla daha az vizite ücreti uygulaması aşağıdaki fiyat farklılaştırma türlerinden hangisine örnektir?

- A) Birimler arası fiyat farklılaştırması
B) Alıcılar arası fiyat farklılaştırması
C) Miktarlar arası fiyat farklılaştırması
D) Tam fiyat farklılaştırması
E) Birinci derece fiyat farklılaştırması

19. Aşağıdakilerden hangisi oligopol piyasasının en önemli özelliğidir?

- A) Ürünün homojen olması
B) Fiyatın sabit olması
C) Ürün farklılaştırması
D) Fiyat farklılaştırması
E) Firmalar arasındaki bağımlılığın güçlü olması

20. Piyasadaki firmaların tek bir firmaymış gibi davrandıkları ve kârı artırmak için üretimi kısıtladıkları oligopol türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Saf oligopol
B) Holding
C) Tröst
D) Dirsekl talep
E) Kartel

21. Aşağıdakilerden hangisi oligopol piyasasıyla ilgili yanlış ifadedir?

- A) Az sayıda satıcı vardır.
B) Çok sayıda alıcı vardır.
C) Firmalar homojen ürün üretir.
D) Piyasaya girişi kısıtlayan önemli engeller vardır.
E) Firmalar karşılıklı olarak birbirlerine bağımlıdır.

22. Tekelci rekabet piyasası kısa dönemde aşağıdaki piyasalardan hangisine benzer bir özellik gösterir?

- A) Tam Rekabete
B) Tekele
C) Oligopole
D) Monopolcü Rekabete
E) Saf Oligopole

23. Oligopolcü firmaların kârlarını grup olarak maksimize edemedikleri oligopol türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Saf oligopol
B) Tam oligopol
C) Kısmi oligopol
D) Homojen oligopol
E) Farklılaştırılmış oligopol

YANIT ANAHTARI

13- D	14- E	15- D	16- A
17- C	18- B	19- E	20- E
21- C	22- B	23- C	

ÜNİTE 9

FAKTÖR PİYASALARI VE FAKTÖR GELİRLERİ

Ünite ile ilgili bilgi: Faktör piyasalarının işleyişini faktör arzı ve faktör talebi kavramlarını öğreniler.

Araşınay	3
Final-Bütünleme	1

A) FAKTÖR PİYASALARI

Üretim faktörlerinin (işgücü, sermaye ve toprak) alınıp satıldığı piyasalardır.

Faktör Talebi

Faktörlere olan talebin en önemli özelliği türev talep olmasıdır. Türev talep ekonomik birimlerin mallara olan doğrudan taleplerinin, bu malların üretiminde kullanılacak kaynaklara dolaylı olarak yarattığı taleptir.

Faktör Talebini etkileyen faktörler

1. **Talep Edilen Mal Miktarı** : Eğer bir mala olan talep artarsa, bu malı üretmek için kullanılan kaynaklara olan talepte artar.
2. **Faktörlerin Verimliliği** : Kaynakların verimliliği arttıkça kaynak talebi de artar. Kaynakların verimliliğini etkileyen faktörler:
 - Diğer kaynakların miktarı
 - Teknolojik gelişmeler
 - Diğer faktörlerin fiyatları

Okumasıyon: İşgücünün yerine makinenin kullanılmasıdır.

Faktör istihdam kararının oluşturulması

Bu kararın oluşturulmasında kullanılan iki kavram vardır. Bunlar marjinal ürün geliri (MRP) ve marjinal faktör maliyeti (MFC) kavramlarıdır.

1) **Marjinal Ürün Geliri (Değeri)** : Ek faktör biriminin kullanılması sonucu firmanın toplam gelirinde ortaya çıkan artıştır. Şu şekilde formüle edilir.

$$MRP = \frac{\Delta TR}{\Delta Q_f}$$

MR = Marjinal ürün geliri

ΔTR = Toplam Gelirdeki değişim

ΔQ_f = Faktör miktarındaki değişim

Ya da

$$MRP = MPP \times MR$$

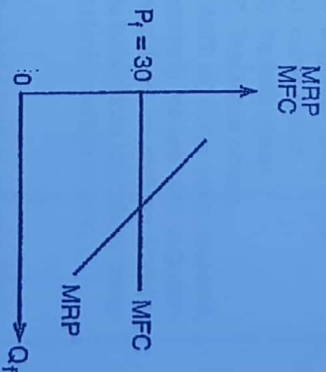
$$MRP = MPP \times P_x$$

Not: Tam rekabet piyasasında MR = P olduğunu hatırlayınız.



2) **Marjinal Faktör Maliyeti (MFC)**: Ek bir birim faktörün istihdam edilmesi nedeniyle maliyetlerde ortaya çıkan artıştır.

$$MFC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q_f} \text{ veya } MFC = P_f$$



Marjinal Ürün Geliri (MRP) > Marjinal Faktör Maliyeti (MFC) ise faktör istihdam etmeye devam eder. Marjinal ürün geliri (MRP) = Marjinal faktör maliyeti (MFC) ise faktör alımını durdurur ve kârını maksimize eder.

Faktör piyasa talebi: her firmanın ilgili faktöre olan bireysel taleplerinin ya da toplamıdır.

Faktör Talep Esnekliği: Faktör fiyatı değiştiğinde, talep edilen faktör miktarının değişme oranını gösterir. Şu şekilde formüle edilir.

$$\frac{\Delta Q_f}{Q_f} \div \frac{\Delta P_f}{P_f}$$

Faktör Talep Esnekliğini Belirleyen Etmenler

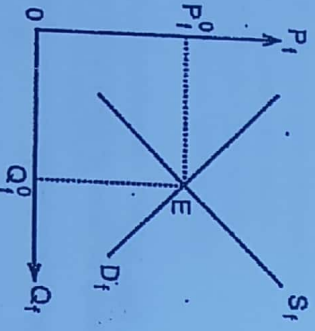
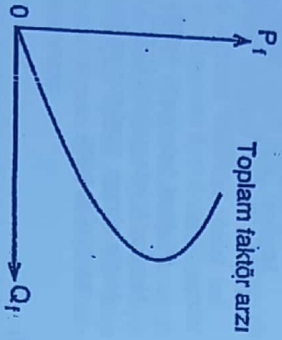
1. **Mallın Talep Esnekliği**: Talep esnekliği ne kadar yüksekse faktör talep esnekliği de o kadar yüksek olur.
2. **Marjinal Ürün Gelirinin Azalma Oranı**: MRP yavaşça azalırsa faktör talep esnekliği yüksek olur.
3. **Faktör Maliyetinin Toplam Maliyet İçindeki Payı**: Bu pay arttıkça faktör talep esnekliği de artar.
4. **Faktörler Arası İkame**: İkame kolaylaştıkça faktör talep esnekliği artar.
5. **Zaman**: Zaman uzadıkça faktör talep esnekliği artar.

FAKTÖR ARZI

Faktörün sahibinin sahip olduğu faktörü üretimde kullanılması amacıyla kiraya verip vermemesi karardır.

Gerilye Dönük Faktör Arz Eğrisi: Faktör sahiplerinin belirli bir gelir düzeyine ulaşıncaya kadar faktör arz ettilerini, bu gelir düzeyinden sonra faktör fiyatları artsa da faktör arzını arttırmadıklarını gösteren eğridir.

Bu nedenle yüksek faktör fiyatlarında eğri negatif eğime sahiptir.

**FAKTÖR PİYASASINDA DENGİ**

Faktör arzını faktör talebine eşitleyen fiyat dengi faktör fiyatıdır.

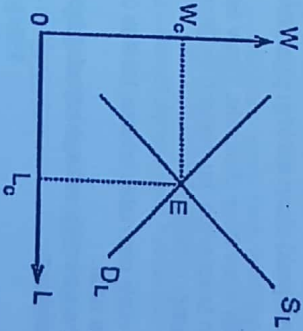
**B) FAKTÖR GELİRLERİ**

1- ÜCRET: İşgücünün kullanımını karşılığı ödenen bedeldir. 2'ye ayrılır.

a) Parasal ücret: İşçilerin çalışmaları karşılığı saat başına haftalık veya aylık olarak aldıkları para miktarıdır.

b) Reel ücret: Bir kişinin parasal ücreti ile satın alabileceği mal ve hizmet miktarıdır.

İşgücü arz eğrisi ile işgücü talep eğrisinin kesiştiği noktada dengi ücret ve istihdam düzeyi belirlenir.



2- FAİZ: Bir borç anlaşması ve onun satışı ile ilgili getiriyi ifade eder. Sermayenin getiri oranıdır. 2'ye ayrılır.

a) Nominal faiz oranı: Öcüklerle ve günlük yaşamda karşılaşılan faiz oranıdır.

b) Reel faiz oranı: Beklenen enflasyon oranına göre düzeltilmiş faiz oranıdır.

Reel Faiz Oranı: Nominal Faiz Oranı - Beklenen Enflasyon Oranı

Dengi faiz oranı ödünç verilebilir fon arzı ve talebinin eşitlendiği düzeyde belirlenir.

Faiz oranının farklılaşmasına neden olan temel unsurlar ise risk, vade ve likidite.

- Risk (risk artıkkça faiz yükselir)
- Vade (Borcun geri ödenecəği süre uzadıkça, faiz artır)
- Likidite (Bell borç araçlarının paraya çevrilməli)

-Vade (borcun gen ödeneceği süre uzadıkça, faiz artar)
-Likidite (belli borç araqlarının paraya çevrilmeler zorlaşıkça risk ve faiz artar)

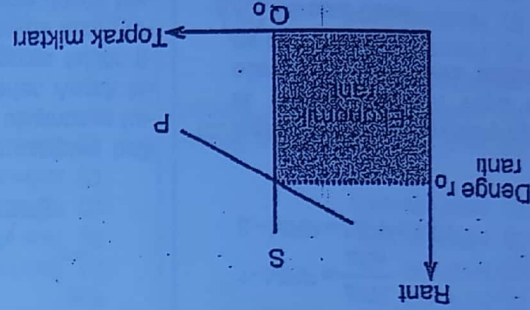


lanim karsılığı ödemen bedeldir.

İktsatîyatlar ekonomik rant kavramını üzerinde dururlar. Ekonomik Rant: Arzı sabit olan toprak ve diğer kaynakların karşılığında

ödenen bedeldir. Bir şeyin fırsat maliyetinin üzerinde her türlü ödemeyi içerir. Denge Rantı; toprak arzının toprak talebine eşlendiği düzeyde belirlenir.

Rant
↓
S



¹⁰ rant değeri, topografin firsat maliyeti sıfır olduğu için pür ekonomik rantı gösterir.

1. Faktor taleblin en önemli özet-
liği aşağıdakilerden hangisidir?

A) Furev talep olması
B) Doğrudan talep olması

C) Esnek olması

D) İnelastik olması

E) Tam esnek olması

birimlerin mallara olan dogrudan taleplerini, bu mallarin uretiminde kullanicak kaynaklara dolay

İl olarak yaratıldığı taleptir.

2. Aşağıdakilerden hangisi taktik?

talabini artiran unsurlardan b
ri degildir?

☒ a) Wala oiañ taibidín artmasi
☒ b) Kullianlan faktörün verimliliği
☐ c) ...
☐ d) ...

C) Teknolojik ilerlemeler

E) Birlikte kullanılan kaynaklar

veriminin artması

onunla birlikte kullanılan kayıtların miktarına ve verimine da

dir. Örneğin, işgücü ile birlikte
lanılacak sermaye ve toprak

milikarı ve venımı artıkgı işg

isguncune talep artar.

3. Ek bir bilim fakültesi istihdam edilmemesi nedeniyle toplum ma-lumiyetinde ortaya çıkan artışın

ad veritas?

(B) Marginal factor mainly

D) Marginal manner
E) Toplam ürün maliyeti
VANIT (B) Marginal maliyet maliyeti

menin (ΔT_C), faldet milkdande

bulunur.

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

Faktor fiyatı sabit olduğu için

(211)

4. İşçi sayısı 10'dan 11'e gikartı

günde toplam fiziki ortalama 15 den 20 br'e çıkmıştır. X mal

birim fiyatı 100 TL ise marj ürün geliri kaçtır?

A) 100
B) 200
C) 300
D) 400

(E) 500

15 = 5 yilidir.

$$\overline{MRP} = \overline{MPP} \times P$$

$$MRP = 5 \times 100$$

5. Bir ülkede nominal faiz oranı %80, beklenen enflasyon oranı %20 ise reel faiz oranı kaçtır?

A) % 80 B) % 60
C) % 40 D) % 20
E) % 10

YANIT (B) Reel faiz oranı şu şekilde hesaplanır.

Reel Faiz Oranı = Nominal Faiz Oranı - Beklenen Enflasyon Oranı

Reel Faiz Oranı = % 80 - % 20

Reel Faiz Oranı = % 60 bulunacaktır.

6. Faktör talep esnekliğinin formülü aşağıdakilerden hangisidir?

(A) $\frac{\Delta Q_f}{Q_f} \cdot \frac{P_f}{\Delta P_f}$ B) $\frac{\Delta Q_f}{P_f} \cdot \frac{P_f}{\Delta P_f}$

C) $\frac{\Delta P_f}{P_f} \cdot \frac{P_f}{\Delta Q_f}$ D) $\frac{\Delta Q_f}{P_f}$

E) $\frac{\Delta P_f}{Q_f}$

YANIT (A) Faktör talep esnekliği faktör fiyatı değiştiğinde talep edilen faktör miktarının değişme oranını gösterir ve faktörün talep miktarındaki yüzde değişimin, faktörün fiyatındaki yüzde değişim oranlanması ile bulunur.

7. Aşağıdakilerden hangisi faktör talep esnekliğini arttırmaz?

A) Malın talep esnekliğinin yüksek olması

B) Marjinal ürün gelirinin yavaşça azalması

(C) Faktör maliyetinin toplam maliyet içindeki payının düşük olması

D) Zamanın uzun olması

E) Faktörler arası ikamenin kolay olması

YANIT (C) Faktör maliyetinin toplam maliyet içindeki payı büyükse faktör talep esnekliği artar.

8. Faktör piyasalarında faktör istihdam kararını durduran ve karı maksimum kılan eşitlik aşağıdakilerden hangisidir?

A) $MC = MR$

(B) $MRP = MFC$

C) $MRP = MR$

D) $MRP = MPP$

E) $MC = AR$

YANIT (B) $MRP > MFC$ ise daha fazla faktör talep edilir. Bu durum, $MRP = MFC$ oluncaya kadar devam eder bu noktada faktör alımı durdurulur.

9. Aşağıda belirlenen koşullardan hangisinde firma daha çok faktör istihdam eder?

A) $MRP = MFC$

(B) $MRP > MFC$

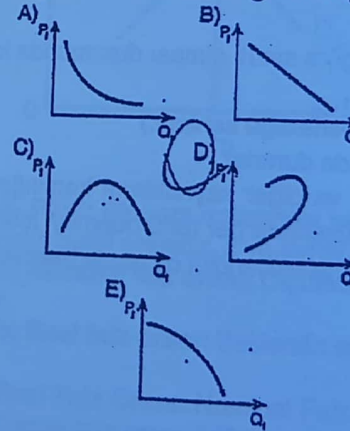
C) $MRP < MFC$

D) $MRP < W$

E) $MRP = MC$

YANIT (B) Firma marjinal ürün geliri marjinal faktör maliyetinden büyük olduğu sürece faktör istihdam etmeye devam eder, çünkü bu durum da firma kâr elde eder.

10. Aşağıdaki grafiklerden hangisi, toplam faktör arzı eğrisidir?



YANIT (D) Faktör sahipleri belli bir gelir düzeyine ulaşıncaya kadar faktör arz ederler. Ancak bu gelir düzeyinden sonra faktör fiyatları artarsa da faktör arzını artırmazlar. Bu nedenle düşük faktör fiyatlarında arz eğrisi pozitif eğime sahipken yüksek faktör fiyatlarında negatif eğime sahip olur.

11. Borcun geri ödeneceği zamana kadar geçen süreye ne ad verilir?

(A) Vade

B) Varant

C) Navlun

D) Kambiyo

E) Arbitraj

YANIT (A) Vade ekonomide faktörünün farklılaşma sebeplerinden biridir. Borcun vadesi uzadıkça faiz oranı artar.

12. Ek faktör birimlerinin kullanılması sonucu firmanın toplam gelirinde ortaya çıkan artışa ne ad verilir?

(A) Marjinal ürün geliri

B) Marjinal gelir

C) Marjinal maliyet

D) Ortalama ürün geliri

E) Toplam ürün geliri

YANIT (A) Soruda marjinal ürün geliri (MRP) tanımlanmıştır. MRP iki şekilde hesaplanır.

$$1 - MRP = \frac{\Delta TR}{\Delta Q_f}$$

$$2 - MRP = MPP \times MR$$

13. İşçilerin çalışmaları karşılığı saat başına haftalık veya aylık olarak aldıkları para miktarına ne ad verilir?

(A) Parasal ücret

B) Reel ücret

C) Taban ücret

D) Gerçek ücret

E) Tavan ücret

14. Öçülebilen ve günlük yaşamda karşılaşılan faiz oranına ne ad verilir?

- A) Reel faiz oranı
B) Gerçek-faiz oranı
C) Nominal faiz oranı
D) Taban faiz oranı
E) Tavan faiz oranı

15. Arzı sabit olan toprak ve diğer kaynakların karşılığında ödenen bedele ne ad verilir?

- A) Diferansiyel rant
B) Ekonomik rant
C) Şehir rantı
D) Arsa rantı
E) Arazi rantı

16. Aşağıdakilerden hangisinin gerçekleşmesi durumunda firmaya kâr maksimizasyonunu gerçeğe geçirir?

- A) $MRP > W$
B) $MRP < W$
C) $MRP = W$
D) $MRP = W, MR$
E) $MRP = W + MR$

17. Bir kişinin parasal ücreti ile satın alabileceği mal-ve hizmet miktarına ne ad verilir?

- A) Parasal ücret
B) Nominal ücret
C) Taban ücret
D) Reel ücret
E) Aşgari ücret

18. Bir borç anlaşması veya onun satışı ile ilgili getiriyi ifade eden ve sermayenin getiri oranı olan gelir türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Ücret
B) Faiz
C) Kâr
D) Rant
E) Kira

19. I. Risk

II. Vade

III. Likidite

Yukarıdakilerden hangisi, ya da hangileri faiz oranının farklılaşma nedenlerindendir?

- A) Yalnız I
B) Yalnız II
C) Yalnız III
D) I ve II
E) I, II ve III

20. Toprağın arz esnekliği ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- A) Tam inelastiktir.
B) Tam esneklik.
C) Sonsuz esneklik.
D) Birim esneklik.
E) Esnek arzıdır.

YANIT ANAHTARI

- 13-A 14-C 15-B 16-C
17-D 18-B 19-E 20-A



ÜNİTE 10

KAMUSAL MALLAR VE DIŞSALLIKLAR

Ünle ile ilgili bilgi: Kamusal mal kavramını ve özelliklerini, kamusal mallarda etkin üretim düzeyinin nasıl belirleneceğini kavrayın.

Atasınay	3
Final-Bütünleme	1

A) KAMUSAL MALLAR

Bir ekonomide üretilen mallar, üç kategoride değerlendirilir.

1) Özel mallar: Sadece satın alan için fayda sağlayan mallardır.

2) Dışsal fayda sağlayan özel mallar : Satın alan bir mal veya hizmetin bu mal veya hizmet için herhangi bir bedel ödemeyen üçüncü kişilere fayda sağladığı mallardır.

3) Kamusal Mallar: Toplumun tüm üyelerinin herhangi bir bedel ödemeden tüketebileceği ve bir kişinin tüketiminin bir başkasının tüketimine engel teşkil etmediği mallardır. Örneğin, Ulusal güvenlik hizmetleri.

Kamusal malların özelliklerinden biri pek çok kişinin aynı anda aynı mali tüketebilmeleridir.

İkinci özellik ise kamusal mallara ödeme yapmayacakları faydadan mahrum bırakılamamasıdır. Bu yüzden kamusal mallarda bedavacılık söz konusudur.

Bedavacılık: Bir kişinin kamusal maldan fayda elde etmesine karşın, kamusal malın finansmanında herhangi bir maliyet yüklenmekten kaçınma şeklindeki davranıştır.

Kamusal Mallarda Üretim Miktarının Belirlenmesi

Kamusal malın etkin üretim düzeyini belirleyebilmek için marjinal maliyet ve marjinal fayda kavramları karşılaştırılır.

Kamusal malın marjinal maliyeti kaynakları başka bir yerde değil, de, kamusal bir malın üretiminde kullanmanın alternatif maliyetini yansıtır.

Kamusal malın marjinal faydası ise özel bir malın marjinal faydasından farklıdır. Bu yüzden tüm bireylerin marjinal faydalarını toplamamız gerekir. Bu yüzden Bu yüzden tüm bireylerin marjinal faydalarını topladığımızda elde edilir.

la kamusal malın marjinal sosyal faydası elde edilir.

Kamusal mallarda etkin çıktı düzeyini belirleyen koşullar marjinal sosyal faydanın marjinal sosyal maliyete eşit olmasıdır.

B) DIŞSALLIKLAR

Dişsallık: Karar vericilerin üretim veya tüketim faaliyetlerinden dolayı üçüncü kişilere yüklediği maliyetler veya sağladıkları faydadır.

Dişsallıkların Özellikleri

- 1- Dişsallıklar hem üretici hemde tüketiciler tarafından meydana getirilebilir.
- 2- Dişsallıklardan dolayı katılan maliyetler veya faydaları fiyatlandırmak zordur.

3- Kamusal mallar dişsallıkların özel bir türüdür.

4- Dişsallıklar pozitif veya negatif olabilir.

a) Negatif dişsallıklar: Özel tüketim veya üretim faaliyetlerinin tüketici veya üretici tarafından ödenmeyen maliyetleridir. Bu kavram marjinal dişsal maliyet kavramını gündeme getirir.

Marjinal Dişsal Maliyet (MEC)

Mal ve hizmet üretimi ve tüketimindeki bir birimlik maliyetin diğer kişilere yüklediği maliyettir.

Örnek olarak bir fabrikanın atıklarının diğer tüketici ve üreticilere zarar vermesi gösterilebilir.

Marjinal Sosyal Maliyet: (MSC) Üretimin yarattığı marjinal özel maliyet ile marjinal dişsal maliyeti toplamıdır.

$$MSC = MPC + MEC$$

MSC : Marjinal sosyal maliyet

MPC : Marjinal özel maliyet

MEC : Marjinal dişsal maliyet

MSB : Marjinal sosyal fayda

Ekonomide etkinlik sağlandığında marjinal sosyal maliyet marjinal sosyal faydaya eşit olur. (MSC = MSB)

Oysaki negatif dişsallıklar söz konusu olduğunda marjinal sosyal maliyet marjinal özel maliyetten daha yüksektir olur. (MSC > MPC)

b) Pozitif Dişsallıklar: Bir mal veya hizmet satın alan veya satanların yanında üçüncü kişilerin de fayda elde etmesidir.

$$MSC = MPB + MEB$$

MEB : Marjinal dişsal fayda

MPB : Marjinal özel fayda

Ekonomide etkinlik sağlandığında etkin kaynak kullanımı söz konusudur.

Oysaki pozitif dişsallıklar söz konusu olduğunda marjinal sosyal fayda marjinal özel faydadan büyük olur. (MSB > MPB)

c) Dişsallıkların İçselleştirilmesi

Dişsallıkların içselleştirilmesi : Marjinal özel fayda ve maliyetlerin marjinal sosyal fayda ve maliyetleri de kapsayacak şekilde belirlenmesi amacıyla tüketici ve tüketici kararlarına dönük düzenlemelerdir.

Davet, piyasa-bağımsızlığını gidermek ve dişsallıkları içselleştirmek için verili, sübvansiyon, yasal düzenlemeler ve üretimi üstlenme gibi araçları kullanılır.

Düzenleyici Vergiler

Düzenleyici vergilerin amacı, bir mal veya hizmetin dişsal maliyetini marjinal özel maliyete eklemektir.

Sonuçları

1- Düzenleyici vergi uygulaması sonucunda marjinal sosyal maliyet, marjinal sosyal faydaya eşittir.

2- Elde edilecek gelir bir yandan üçüncü kişilerin vergi yükünü azaltır, diğer yandan kamu hizmetleri için kullanılırsa dişsal maliyete sebep olanlar üçüncü kişilere gelir transferi yapmış olur. Bu nedenle üçüncü kişilerin zararı azalır.

Sübvansiyonlar

* Sübvansiyonlar düzenleyici vergiyle aynı şekilde davranan negatif bir vergi olarak düşünülebilir. Amaç tüketici ve üretici tarafından yapılan ödemeleri azaltmaktır.

Pozitif dişsallık meydana getiren bir ekonomide faaliyetin marjinal dişsal fayda sınırı içselleştirmek için kullanılır.

Sübvansiyon uygulaması tüketici için ödendiği fiyatı düşürür, bu tür bir uygulamada sübvansiyon miktarı mal veya hizmetin marjinal dişsal maliyetine eşittir.

ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR

1. Toplumun tüm üyelerinin herhangi bir bedel ödemededen tüketebileceği ve bir kişinin tüketiminin bir başkasının tüketimine engel teşkil etmediği mallara ne ad verilir?
 A) Kamusal mallar
 B) Özel mallar
 C) Dışsal fayda sağlayan mallar
 D) Özel mülkiyete dahil mallar
 E) Yarı özel mallar
YANIT (A) Kamusal mallara ödenmesi yapılmaz, pek çok kişi aynı anda aynı malı tüketebilir, bu tür mallarda bedavacılık hakimdir.
2. Millî savunma hizmetleri aşağıdaki mal gruplarından hangisine örnek gösterilebilir?
 A) Özel mal
 B) Kamusal mal
 C) Yarı kamusal mal
 D) Dışsal fayda sağlayan özel mal
 E) Giffen mal



YANIT (B) Savunma hizmetleri dış tehditlere karşı tüm toplum içindir. Bu hizmetten herkes bedelini ödeye de ödemesi de yarılarıdır. Ayrıca bu hizmetten bir kişinin yararlanmasından diğerlerinin faydasını azalmaz.

3. Bir kişinin kamusal maldan fayda elde etmesine karşın kamusal malın finansmanında maliyet yüklenmekten kaçınmasına ne ad verilir?
 A) Dışsalılık
 B) Dışsalılıkların içselleştirilmesi
 C) Bedavacılık sorunu
 D) Kamusallaştırma
 E) Özel fayda
YANIT (C) Kamusal mallarda ödeme yapmayanları dışarıda bırakarak özelliği bedavacılık sorunu olarak ortaya çıkar.

4. Aşağıdakilerden hangisi dışsalılıkların özellikleri arasında yer almaz?
 A) Dışsalılıklar üretici ya da tüketiciler tarafından yaratılır.
 B) Dışsalılıklar pozitif olabilir.
 C) Dışsalılıklar negatif olabilir.
 D) Kamusal mallar, dışsalılıkların özel bir türüdür.
 E) Ekonomik yapı içerisinde dışsalılıkların taraflarını belirleyebilmek olanaksızdır.
YANIT (E) Dışsalılıkların taraflarını belirleyebilmek mümkündür, ancak bu tarafların katlandıkları maliyetler ve sağladıkları faydaları fiyatlandırmak güçtür.

5. Karar vericilerin üretim veya tüketim faaliyetlerinden dolayı üçüncü kişilere yükledikleri maliyetler veya sağladıkları fayda ne ad verilir?
 A) İçsallık
 B) Sübvansiyon
 C) Vergi düzenlemesi
 D) Dışsalılık
 E) Verimlilik

YANIT (D) Dışsalılıklar pozitif veya negatif olabilir. Özel tüketim veya üretim faaliyetlerinin tüketici veya üretici tarafından ödenmeyen maliyetleri negatif dışsalılık, bir maliyet veya hizmet satın alan veya satanların yanında, üçüncü kişilerin de fayda elde etmeleri pozitif dışsalılıktır.

6. Aşağıdakilerden hangisi devletin piyasaya başarısızlığını gidermek için kullandığı araçlardan biri değildir?
 A) Vergi
 B) Sübvansiyon
 C) Yasal düzenlemeler
 D) Üretimi üstlenme
 E) Üretimi özel firmalara yaptırma
YANIT (E) Devlet üretimi kendi düzenleyerek piyasanın başarısızlıklarını gidermeye çalışır.

ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR

1. Toplumun tüm üyelerinin herhangi bir bedel ödemeden tüketebileceği ve bir kişinin tüketiminin bir başkasının tüketimine engel teşkil etmediği mallara ne ad verilir?

- A) Kamusal mallar
- B) Özel mallar
- C) Dışsal fayda sağlayan mallar
- D) Özel mülkiyete dahil mallar
- E) Yarı özel mallar

YANIT (A) Kamusal mallara ödemeye yapılmaz, pek çok kişi aynı anda aynı malı tüketebilir, bu tür mallarda bedavacılık hakimdir.

2. Millî savunma hizmetleri aşağıdaki mal gruplarından hangisine örnek gösterilebilir?

- A) Özel mal
- B) Kamusal mal
- C) Yarı kamusal mal
- D) Dışsal fayda sağlayan özel mal
- E) Giffen mal

YANIT (B) Savunma hizmetleri dış tehditlere karşı tüm toplum içindir. Bu hizmetten herkes bedelini ödese de ödemesi de yararlanır. Ayrıca bu hizmetten bir kişinin yararlanması diğerlerinin faydasını azaltmaz.

3. Bir kişinin kamusal malden fayda elde etmesine karşın kamusal malın finansmanında maliyet yüklenmekten kaçınmasına ne ad verilir?

- A) Dışsalılık
- B) Dışsallıkların içselleştirilmesi
- C) Bedavacılık sorunu
- D) Kamusallaştırma
- E) Özel fayda

YANIT (C) Kamusal mallarda ödeme yapmayanları dışarıda bırakmama özelliği bedavacılık sorunu olarak ortaya çıkar.

4. Aşağıdakilerden hangisi dışsallıkların özellikleri arasında yer almaz?

- A) Dışsallıklar üretici ya da tüketiciler tarafından yaratılır.
- B) Dışsallıklar pozitif olabilir.
- C) Dışsallıklar negatif olabilir.
- D) Kamusal mallar, dışsallıkların özel bir türüdür.
- E) Ekonomik yapı içerisinde dışsallıkların taraflarını belirleyebilmek olanaksızdır.

YANIT (E) Dışsallıkların taraflarını belirleyebilmek mümkündür, ancak bu tarafların katlandıkları maliyetler ve sağladıkları faydaları fiyatlandırmak güçtür.

5. Karar vericilerin üretim veya tüketim faaliyetlerinden dolayı üçüncü kişilere yükledikleri maliyetler veya sağladıkları faydaya ne ad verilir?

- A) İçselilik
- B) Subvansiyon
- C) Vergi düzenlemesi
- D) Dışsalılık
- E) Verimlilik

YANIT (D) Dışsallıklar pozitif veya negatif olabilir. Özel tüketim veya üretim faaliyetlerinin tüketici veya üretici tarafından ödenmeyen maliyetleri negatif dışsalılık, bir maliyet veya hizmet satın alan veya satanların yanında, üçüncü kişilerin de fayda elde etmeleri pozitif dışsalıktır.

6. Aşağıdakilerden hangisi devletin piyasa başarısızlığını gidermek için kullandığı araçlardan biri değildir?

- A) Vergi
- B) Subvansiyon
- C) Yasal düzenlemeler
- D) Üretimi üstlenme
- E) Üretimi özel firmalara yaptırma

YANIT (E) Devlet üretimi kendi düzenleyerek piyasanın başarısızlıklarını gidermeye çalışır.

7. Aşağıdakilerden hangisi, dış-salıkları içselleştirmek amacıyla kullanılan düzenleyici vergilerin sonuçları arasında yer almaz?

- A) Marjinal sosyal maliyet marjinal sosyal faydaya eşitlenir.
- B) Piyasa etkinliği sağlanmış olur.
- C) Dışsal maliyete neden olanlardan üçüncü kişilere gelir transferi yapılmış olur.
- D) Maliyetler artar.
- E) Talep edilen miktar artar.

YANIT (E) Uygulanan düzenleyici vergiler fiyat artışına neden olacağı için talep edilen miktarda bir azalma meydana gelir.

8. Negatif dışsallıkların söz konusu olması durumunda üretimin marjinal sosyal maliyeti (MSC) aşağıdakilerden hangisi kullanılarak belirlenir?

- A) $MSC = \text{Marjinal özel maliyet} + \text{Marjinal sosyal fayda}$
- B) $MSC = \text{Marjinal özel maliyet} - \text{Marjinal dışsal maliyet}$
- C) $MSC = \text{Marjinal sosyal fayda} + \text{Marjinal dışsal maliyet}$
- D) $MSC = \text{Marjinal özel maliyet} + \text{Marjinal dışsal maliyet}$
- E) $MSC = \text{Marjinal sosyal fayda} - \text{Marjinal dışsal maliyet}$

YANIT (D)

$$MSC = MPC + MEC$$

MSC = Marjinal sosyal maliyet

MPC = Marjinal özel maliyet

MEC = Marjinal dışsal maliyet

9. Özel tüketim veya üretim faaliyetlerinin tüketici veya üretici tarafından ödenmeyen maliyetlerine ne ad verilir?

- A) İçsellik
- B) Pozitif Dışsallık
- C) Negatif Dışsallık
- D) Sosyal Fayda
- E) Özel Fayda

YANIT (C) Negatif dışsallıklar meydana geldiğinde mal ve hizmetin fiyatı, o mal için ayrılan kaynakların tüm marjinal sosyal maliyetlerini yansıtmaz.

10. Marjinal özel fayda ve maliyetlerin marjinal sosyal fayda ve maliyetleri de kapsayacak şekilde belirlenmesi amacıyla üretici ve tüketici kararlarına dönük düzenlemelere ne ad verilir?

- A) Dışlama
- B) Dışsallık
- C) Dışsallıkların içselleştirilmesi
- D) Pozitif dışsallık
- E) Negatif dışsallık

YANIT (C) Devlet dışsallıkları içselleştirmek için vergi, sübvansiyon, yasal düzenlemeler ve üretimi üstlenme gibi araçları kullanır.

11. Sadece satın alan için fayda sağlayan mallara ne ad verilir?

- A) Özel mallar
- B) Kamusal mallar
- C) Yarı kamusal mallar
- D) Orta mallar
- E) Serbest mallar

12. Bir mal veya hizmetin üretiminde ya da tüketimindeki bir birimlik artışın diğer kişilere yüklediği maliyet aşağıdakilerden hangisi ile adlandırılır?

- A) Marjinal Gelir
- B) Marjinal Dışsal Maliyet
- C) Ortalama Maliyet
- D) Toplam Maliyet
- E) Marjinal Özel Maliyet

13. Kamusal mallarda etkin çıktı düzeyinin belirlenmesi için gerekli koşul aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Marjinal sosyal fayda = Marjinal Maliyet
- B) Marjinal Sosyal Fayda = Fiyat
- C) Marjinal Sosyal Fayda = Ortalama toplam maliyet
- D) Marjinal maliyet = Fiyat
- E) Marjinal maliyet = Ortalama toplam maliyet

14. Pozitif dışsallık yaratan bir ekonomik faaliyetin marjinal dışsal faydasını içselleştirmek için aşağıdakilerden hangisi kullanılır?

- A) Artan oranlı vergiler
- B) Sabit oranlı vergiler
- C) Sübvansiyonlar
- D) Cezalar
- E) Yasaklamalar

15. Kamusal bir maldan fayda sağlayan her bireyin marjinal faydalarının toplamına ne ad verilir?

- A) Marjinal sosyal fayda
- B) Marjinal özel fayda
- C) Marjinal sosyal maliyet
- D) Marjinal özel maliyet
- E) Marjinal dışsal maliyet

YANIT ANAHTARI

11-A 12-B 13-A 14-C 15-A

ARA DENEME SINAVI - I

1. Gerçeklerden ilkeler veya teoriler türetme işine ne ad verilir?
A) Belimleyici İktisat
B) Gerçekleri toplama
C) Uygulamalı İktisat
D) İktisat politikası
E) Ekonomik analiz
2. Bir bütün olarak ekonomiyi ve toplulaştırılmış ekonomik davranışları inceleyen İktisat bölümü aşağıdakilerden hangisidir?
A) Mikro İktisat
B) Makro İktisat
C) Pozitif İktisat
D) Normatif İktisat
E) Özel İktisat
3. Aşağıdakilerden hangisi İhtiyaçların özellikleri arasında yer almaz?
A) İhtiyaçlar sonsuzdur.
B) İhtiyaçlar şiddet bakımından farklılık gösterir.
C) Tahmin edilebilir şiddetli azalır.
D) İhtiyaçların bazılarının karşılandıkça şiddetleri artar.
E) İhtiyaçlar veya İhtiyaçları tatmine yarayan araçlar ikame edilemezler.

4. Diğer malları üretmek için kullanılan makineler, araçlar ve fabrikalar aşağıdaki kaynaklardan hangisini ifade eder?
A) Emek
B) Sermaye
C) Toprak
D) Tabiat
E) Doğa
5. Mevcut üretim faktörleri ve üretim teknolojisi veriliken, belirli bir dönemde ekonominin maksimum düzeyde üretebileceği çeşitli çıktı (ürün) bileşimlerini gösteren eğriye ne ad verilir?
A) Arz eğrisi
B) Talep eğrisi
C) Üretim imkanları eğrisi
D) Anlaşma eğrisi
E) Sözleşme eğrisi
6. Bir maldan bir birim daha fazla üretmek için öteki malın üretiminden ne kadar fedakarlık etmek gerektiğini gösteren orana ne ad verilir?
A) Marjinal Teknik İkame Oranı
B) Marjinal İkame Oranı
C) Marjinal Dönüşüm Oranı
D) Marjinal Girdi Oranı
E) Marjinal Maliyet Oranı
7. Kamu mülkiyeti ve özel mülkiyeti, piyasa ekonomisi ve piyasasız ekonomisine devlet müdahalesinin, fiyat mekanizması ve planlamanın farklı biçimlerde bir araya getirilmesi ile oluşan ekonomik sisteme ne ad verilir?
A) Kumanda sistemi
B) Piyasa sistemi
C) Karınca sistemi
D) Emir kumanda sistemi
E) Sosyalist sistem
8. I. Gelir etkisi
II. İkame etkisi
III. Azalan marjinal fayda yasası
IV. Artan fırsat maliyet yasası
Yukarıdakilerden hangisi ya da hangileri talep eğrisinin negatif eğimli olmasını açıklamada kullanılır?
A) Yalnız I
B) Yalnız IV
C) I, II ve IV
D) I, II ve III
E) I, II ve III
9. Diğer değişkenler sabitken bir malın fiyatı arttığı zaman, gelir sabit kaldığı için gelirin satın alma gücünün ve bu nedenle satın alınmak istenen mal miktarının azalması durumuna ne ad verilir?
A) Gelir etkisi
B) İkame etkisi
C) Reel etki
D) Rakip etki
E) Nominal etki
10. Aşağıdakilerden hangisi talep eğrisi boyunca hareketlenmenin nedenidir?
A) Malın fiyatının değişmesi
B) Zevk ve tercihlerin değişmesi
C) Tükenilebilir mal fiyatının değişmesi
D) İkame mal fiyatının değişmesi
E) Tüketici gelirinin değişmesi
11. Gelirdeki bir artışa rağmen talebi azalan mallara ne ad verilir?
A) Tükenilebilir mal
B) İkame mal
C) Normal mal
D) Düşük mal
E) Lüks mal
12. Ekonomide piyasa dengesi söz konusu iken arzda bir değişim olmadan talep artarsa denge fiyatı ve miktarı ne yönde değişir?
A) Denge fiyatı artar, denge miktar artar.
B) Denge fiyatı azalır, denge miktar azalır.
C) Denge fiyatı artar, denge miktar azalır.
D) Denge fiyatı azalır, denge miktar artar.
E) Denge fiyatı değişmez, denge miktar artar.
13. Bir malın talep edilen miktarının bu malın fiyatı karşısındaki duyarlılığının ölçüsüne ne ad verilir?
A) Talebin Fiyat Esnekliği
B) Talebin Gelir Esnekliği
C) Çapraz Talep Esnekliği
D) Arz Esnekliği
E) Zaman Esnekliği