

İKTİSADA GİRİŞ ; İKTİSADIN KONUSU

Kıtlık : Toplumdaki kaynakların sınırlı olması

Ekonomi : Sınırlı kaynakların toplum tarafından nasıl yönetileceğini inceleyen sosyal bilim dalı.

→ İnsanlar karar verirken "Ödünleşim" ile karşılaşır.

Ödünleşim : Bir şeye karar verirken başka birşeyden vazgeçmek.

→ Toplumun karşılaştığı **Ödünleşim : Etkinlik ve Eftlktir.**
(Verimlilik)

Etkinlik (Verimlilik) : Toplumdaki kaynakların etkin bir şekilde kullanımı.

Eftlik : Toplumdaki kaynakların eft dağıtılması

Fırsat Maliyeti : Herhangi bir ürünün fırsat maliyeti o ürünü elde etmek için ne verdiğiniz

ya da neyden vazgeçtiğinizdir.

Rasyonel İnsanlar **marginalde** karar verir.

elinden ne geliyorsa bilimsel
amacına yönelik. arar
onu yapan kişi

İktisat : Kit kaynakların insan ihtiyaçlarını karşılamak üzere yönetilmesi bilimidir.

Rasyonel İnsanlar **tesviklere göre** karar verirler.

elinden ne geliyorsa
amacına yönelik
onu yapan kişi

bilimsel
arar

Piyasa : Satıcı ve alıcılardan oluşan topluluk.

Ekonomik : aktiviteleri organize etmek için ;

→ ne tür ürün üretileceği

→ nasıl üretileceği

→ ne kadar üretileceği

→ kimin satın alacağı

Merkezi yönetimdeki ekonomi ;

Bu tür ekonomilerde devlet; kimin neyi ne kadar üretileceğine ya da kimin ne alacağına karar verir.

Merkezi olmayan yönetimdeki ekonomi ;

Devlet üreticinin neyi ne kadar üretileceğine veya alıcının ne alacağına karışmaz. Yine de

hükümetin bazı noktalarda payı vardır.

• Hükümet bozan piyasanın gelişmesini sağlar.

• Denetim

• Güvenlik

• Tesvikler



Piyasa başarısızlıkları: Kaynakların etkin bir şekilde kullanılmamasından kaynaklanır.

- Dışsallıklar = negatif
- ↳ yön etkiler = hava kirliliği
- Piyasa glal = tekel

Bir ülkenin yaşam standardı o ülkenin üretebileceği mal ve hizmet miktarına bağlıdır.

Ggryisafi yurt dışı hasıla: Ülkede ne kadar mal ve hizmet üretilmiştir. Ne kadar artarsa, ülkedeki yaşam standardı da o kadar artar. Türkiye'nin ggryisafi yurt dışı hasılatı 800 milyar

Verimlilik: Bir kişinin ürettiği mal ve hizmet miktarıdır. Verimlilik kişinin sahip olduğu teknolojiye, işçisi ekipmana ve yeteneğe bağlıdır.

Hükümet çok fazla para basarsa fiyatlar artar.

Enflasyon: Fiyatlarındaki genel artış.

piyasadaki para miktarı ↑

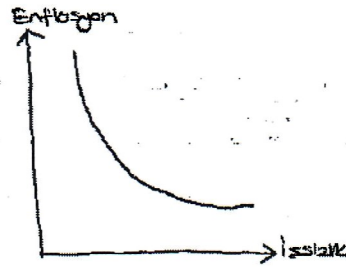
harcama ↑

piyasada satın aldığı mal miktarı ↑

aldıkları işçi sayısı ↑

İşsizlik ↓

Enflasyon X İşsizlik (ters orantılıdır)



(1-2) yıl → kısa süreli bir orantıdır.

EKONOMİK MODELLER

Ekonometristlerin 2 rolü vardır.

Bilin Adanı (Teoristler)

- Varsayımlar yapar.
- Soyut modeller oluşturur. Bunun amacı aradaki ilişkiyi bulmak ister.
- Mesela... para arzı ile enflasyon arası ilişkiye bakar.

Politik Danışman

- Bilin adamının yaptığı varsayımları gerçek verilerle karşılaştırır.

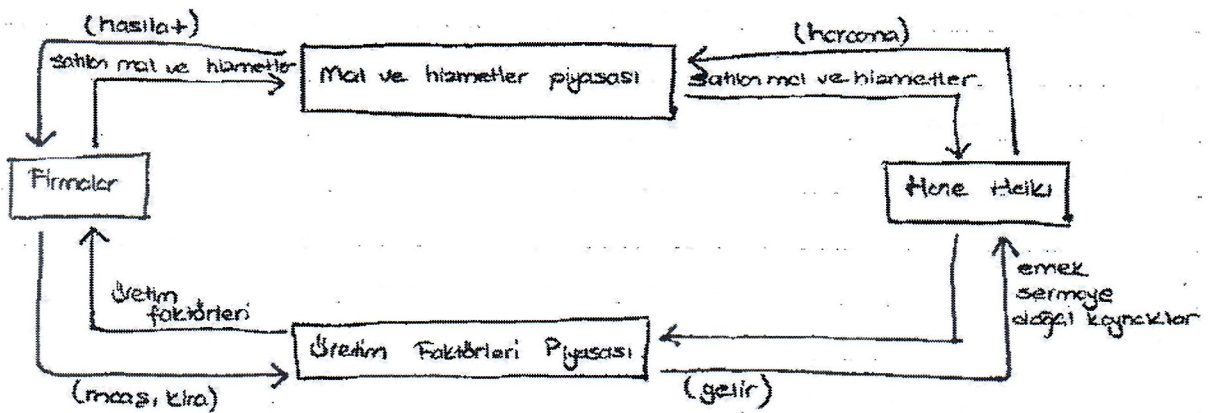
İLK MODEL : Ekonomik faaliyetlerin, dâğılımsal akıl seması

↔ Hane halkı
↔ Firmalar } Oyuncular

↔ Mal ve hizmetler piyasası
↔ Üretim faktörleri piyasası } Piyasa

→ Sermaye
→ emek
→ doğal kaynak } Bunlara hane halkı sahiptir.

Bunlar firmalara verilir.
Bunların karşılığında mal ve hizmetleri satın alıyor.



Bu şemada bir para dâğılımı vardır.

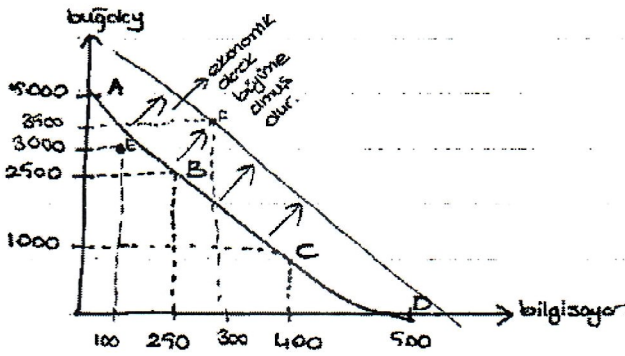
İKİNCİ MODEL : Üretim olanakları eğrisi; mümkün olan kaynaklara ve teknolojiye bağlı olarak ekonominin üretebileceği iki malın kombinasyonunu gösteren grafikler.

ÖRNEK : Buğday - 1 ton buğday üretmek için 10 saat

Bilgisayar - 1 adet bilgisayar üretmek için 100 saat

Üretim faktörü → emek: 50.000 çalışma saati

ÇALIŞMA SAATİ		ÜRETİM	
	Buğday	Bilgisayar	
A	—	50.000	—
B	10.000	40.000	1000
C	25.000	25.000	2500
D	50.000	—	5000



* Üretim olanakları eğrisi üzerindeki noktalar; etkin ve mümkün

* Üretim olanakları eğrisi içindeki noktalar etkin değil

ama mümkündür. Çünkü bütün çalışma saatleri kullanılmıyor.

* Üretim olanakları eğrisinin dışındaki noktalarda

üretim yapmak mümkün değil.

— 100 Bilgisayar

— 3000 ton Buğday üretimi

E noktasıdır.

— 300 Bilgisayar

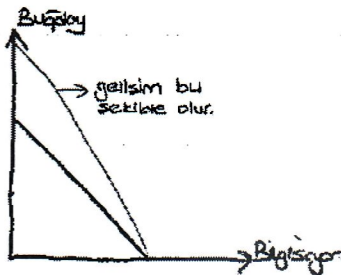
— 3500 ton Buğday üretimi

F noktasıdır.

Etkin olan yer

eğrinin üzerindedir.

Teknolojik Gelişim (olursa üretim artar.)



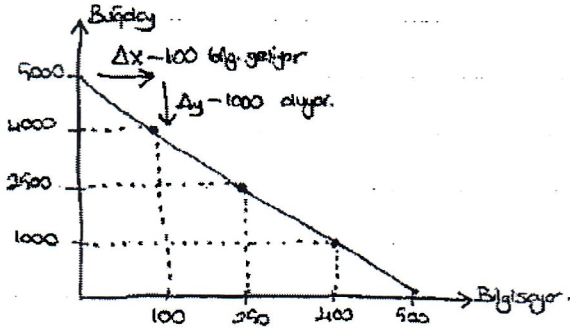
Ekonomik Büyüme: Kaynak artarsa - teknoloji geliyorsa

ekonomik büyüme olmuş olur.

FIRSAT MALİYETİ

1. bilgisayar üretiminin maliyeti nedir?

→ 100 adet bilgisayar.



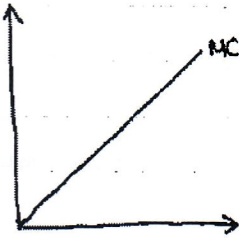
1 bilgisayar üretiminin fırsat maliyeti nedir?

→ 10 ton buğdaydır.

$$E_{gim} = \frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{100}{10} = 10 //$$

$E_{gim} = \text{Fırsat Maliyeti}$

MARJİNAL MALİYET.



→ Maliyetin bu şekilde artmasıdır.

Üretim olgılarının Etkisi:

* Ekonomik Büyüme

* Teknoloji

* Açılış

* Fırsat maliyeti

* Etik (kaynakların kullanımı)

Mikroekonomi

makroekonomi

Üretici ve tüketicinin

deneyim ve bakış

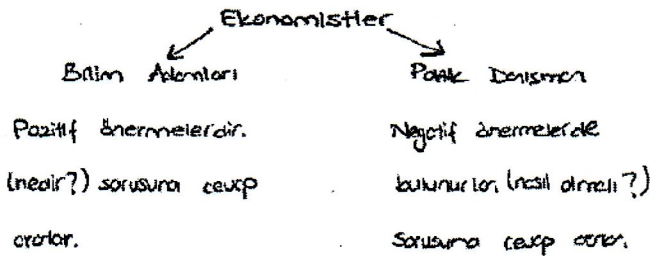
birbirine olan ilişkisi

ekonomidir. Entegrasyon,

incelemeler. Kısa ve uzun

terimlerle, fiyat oranları

teorik kurullardır.

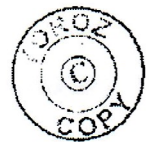


Hükümet para miktarını artırınca fiyatlar artar. (Pozitif önerme)

Hükümet daha az para basmalıdır. (negatif önerme)

Ekonomi canlandırılmak için vergi indirimini gerektirmektedir. (negatif önerme)

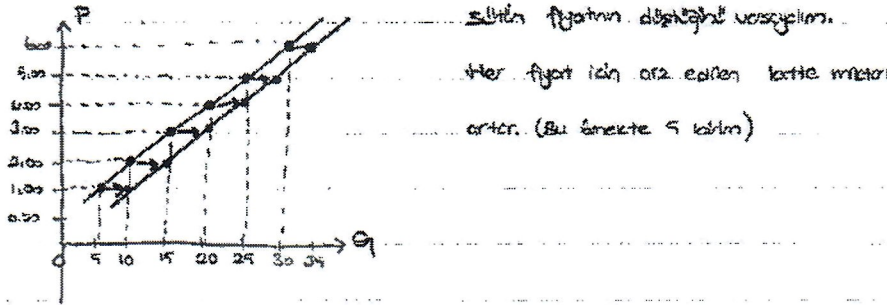
Honurlandırıcı fiyat artışı müzik sanatçılarına verilmelidir. (pozitif önerme)



ARZ EĞRİSİNİ DEĞİŞTİREN ETKENLER: GİRİŞ FİYATLARI

- Giriş fiyatlarına örnek: maaş, ham maddelerin fiyatı
- Sektör fiyatlarındaki artışlar, üretimi daha kârlı hale getirir. Firmalar üretimi artırır ve bu da arz eğrisini

5) sağa doğru kayarır.



ARZ EĞRİSİNİ DEĞİŞTİREN ETKENLER: TEKNOLOJİ

- Bir birim çıktının üretimi için ne kadar girdi gerektirdiğini teknoloji belirler.
- maliyeti düşüren teknolojik gelişmeler girdi miktarındaki artış ile aynı etkiye sahiptir; 5 (arz eğrisi) sağa doğru kayar.

ARZ EĞRİSİNİ DEĞİŞTİREN ETKENLER: FİRMALARIN SAYISI

- Firmaların sayısında artış olduğunda her fiyat için arz edilen fiyat artar ve bu da 5 (arz) eğrisini sağa kaydırır.

ARZ EĞRİSİNİ DEĞİŞTİREN ETKENLER: BEKLENTİLER

Örnek: → Orta-öğütü yavaşan olaylar petrol fiyatlarındaki artış beklentisine sebep olur.

→ Sonuç olarak petrol üreticileri arzı azaltıp daha sonra yüksek fiyattan satmayı düşünürler.

• 5 eğrisi sola doğru kayar.

→ Genel olarak, satıcılar fiyatlarda bir değişiklik beklerlerse, arzı ona göre değiştirirler.

• (Eğer mal kolay bulabilir dizeğe sahip dizeyse).

Satıcıları etkileyen etkenler:

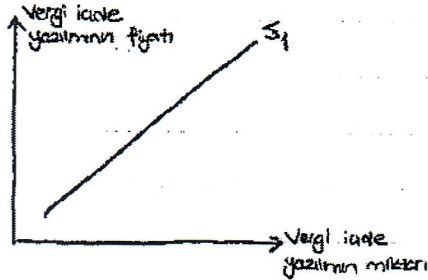
<u>Etken</u>	<u>Değişim</u>
Fiyat	5 (arz eğrisi) boyunca hareket eder.
Giriş fiyatları	5 eğrisi sağa sola kayar.
Teknoloji	" " " " "
Firmaların sayısı	" " " " "
Beklentiler	" " " " "

SORU: Vergi idaresi için gerekli olan yazılımın arz eğrisini çizin.

Aşağıdaki durumlarda arz eğrisindeki değişimi gösteriniz.

- A) Üreticiler yazılımın fiyatını
- B) Teknoloji değişim yazılımının

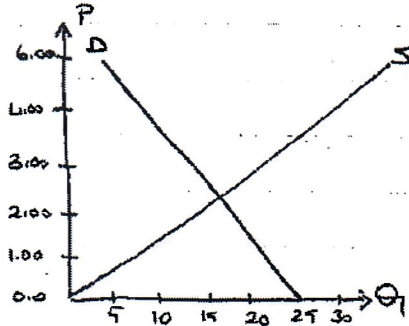
Vergi idaresi uzmanları servislerinin fiyatını artırırsa



Bu talep eğrisini etkiler, arzda

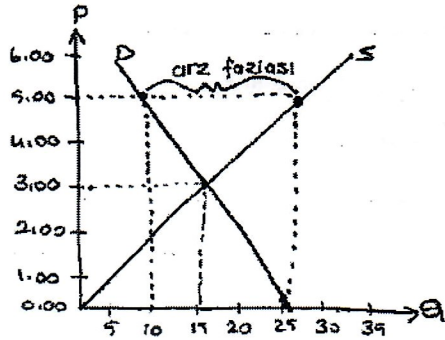
herhangi bir değişiklik olmaz.

ARZ VE TALEP



Denge noktası: " P " talep edilen miktar ile arz edilen miktarın est olduğu noktaya ulaşır.

$$Q^S = Q^D$$



P	Q^D	Q^S
\$0	24	0
1	21	5
2	18	10
3	15	15
4	12	20
5	9	25
6	6	30



Denge fiyatı: Talep edilen miktar ile arz edilen miktarı birbirine eşitleyen fiyat denge fiyatıdır.

Denge miktarı: Denge fiyatındaki talep ve arz edilen miktardır.

Arz fazlası (fazlalık): Arz edilen miktar talep edilen miktardan fazla ise

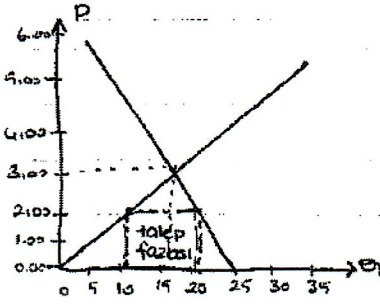
↳ örnek: $P = \$5$, $Q^D = 9$ latte ve $Q^S = 25$ tane 16 tane latte arz fazlası oluşur.

↳ Arz fazlası oluşunca, firmalar satışı arttırmak için fiyatı düşürürler.

Q^D artar Q^S azalır. arz fazlasının azalmasıyla sonuçlanır.

↳ Fiyatlar denge noktasına ulaşana kadar düşmeye devam eder.

Talep Fazlası (Kıtlık) : Talep edilen miktar arz edilen miktardan fazla ise kıtlık oluşur.



* Fiyatlar denge noktasına ulaşana kadar artırılmaya devam eder.

PIYASALAR VE REKABET

- Belli bir ürün için alıcı ve satıcıların oluşturduğu topluluğa piyasa denir.
- Çok sayıda alıcı ve satıcının oluşturduğu ve herhangi birinin fiyatı etkileyemeyeceği piyasalara rekabet piyasası denir.
- Tam rekabet piyasasında ;
 - Bütün mallar birbirine eşittir.

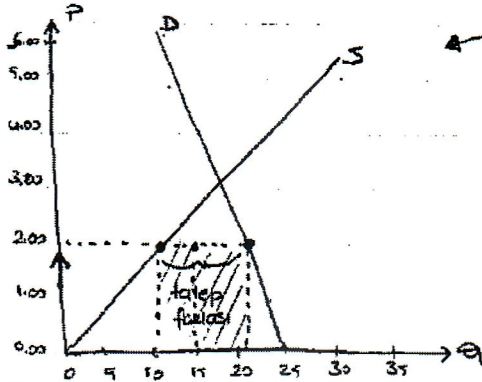
Piyasada o kadar alıcı ve satıcı vardır ki ; bunlardan herhangi biri tek başına piyasa fiyatını etkileyemez. Bundan dolayı fiyat belirleyici değil , " fiyat alıcı "lardır.

Bu bölümde bütün piyasaları tam rekabet piyasası sayacağız.

TALEP

- Bir ekonomide bütün tüketicilerin satın almayı planladıkları mal miktarına talep edilen miktar denir.
- Talep kavramı : Fiyat arttıkça talep edilen miktar azalır, fiyat azaldıkça talep edilen miktar artar.

Talep fazlası (kıtlık)

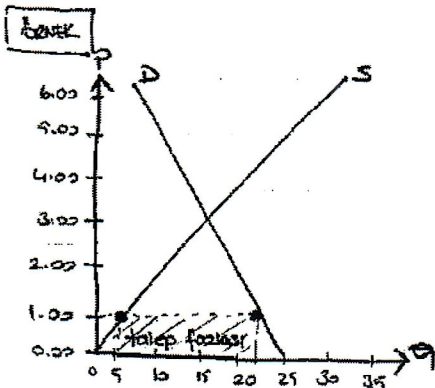


→ Talep edilen miktar arz edilen miktardan fazla ise ,

→ Talep fazlası oluşunca, firmalar fiyatı artırır,

Q^D düşer ve Q^S artar.

bu da talep fazlasını azaltır.



Eğer $P = \$1$, olanda

$Q^D = 21$ latte ve $Q^S = 5$ latte

16 latte talep fazlası oluşur.

TALEP DİZELGESİ

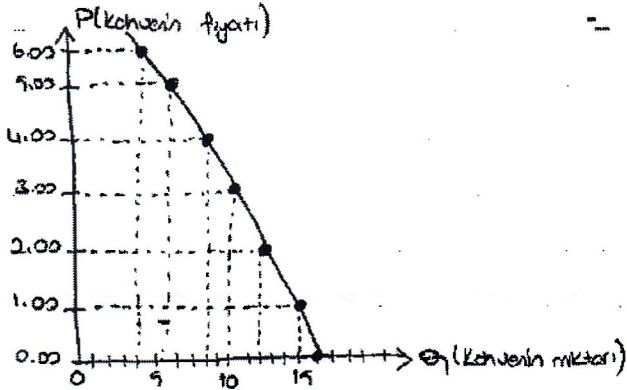
main fiyatı ve talep edilen miktarı arasındaki ilişkiyi gösteren tablodur.

ÖRNEK!

Ayşe'nin kahve için olan talebi

Ayşe'nin tercihleri talep konusuna uygundur.

Ayşe'nin talep dizelgesi / Eğrisi



Kahvenin fiyatı	Talep edilen kahve miktarı
0.00	16
1.00	14
2.00	12
3.00	10
4.00	8
5.00	6
6.00	4

Piyasa talebi & Kişisel Talep

Piyasada talep edilen miktar, bütün alıcıların talep ettikleri miktarların her fiyat için toplamıdır.

Foizdediğin ki piyasa sadece Ayşe ve Ali den oluşmakta, (Q^d = talep edilen miktar)

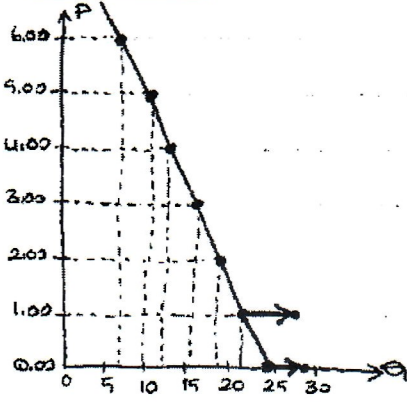
Fiyat	Ayşe'nin Q^d	Ali'nin Q^d	Piyasa'nın Q^d
0.00	16	8	= 24
1.00	14	7	= 21
2.00	12	6	= 18
3.00	10	5	= 15
4.00	8	4	= 12
5.00	6	3	= 9
6.00	4	2	= 6

Talep Eğrisini Değiştiren Etkenler:

- * Alıcıların sayısı
- * Gelir
 - normal mallar
 - inferior mallar
- * İlişkili malın fiyatı
 - ikame mal
 - tamamlayıcı mal
- * Tercih
- * Beklentisi

TALEP EĞRİSİNİ DEĞİŞTİREN ETKENLER

* Alıcıların Sayısı



→ Alıcıların sayısının arttığını varsayalım; (sağa kayar.)

Her fiyat için P , Q^d artar. (Bu örnekte 5 birim)

* Gelir

- Normal mallar için olan talep gelir ile pozitif ilişkilidir.
- Gelirde artış olduğunda, her fiyat için normal mallara talep edilen miktar artar ve bu da talep eğrisini sağa kaydırır.
- Düşük mallar için olan talep gelir ile negatif ilişkilidir.
- Gelirde artış olduğunda, her fiyat için düşük mallara talep edilen miktar azalır ve bu da talep eğrisini sola kaydırır.

* İlişkili Diğer Malların Fiyatı

- İki mal eğer ikame mal ise bir malın fiyatındaki artış diğer mala olan talebi artırır.
- Örnek: pizza ve hamburger.

Pizzanın fiyatındaki artış hamburgeye olan talebi artırır ve bu da hamburgerin talep eğrisini sağa doğru kaydırır.

- İki mal eğer tamamlayıcı mal ise bir malın fiyatındaki artış diğer mala olan talebi azaltır.
- Örnek: bilgisayar ve yazılım.

Bilgisayar fiyatındaki artış yazılıma olan talebi azaltır ve bu da yazılımın talep eğrisini sola doğru kaydırır.

* Tercih

- Tercih bir mal lehine geliyorsa talep artar, bir mal aleyhine geliyorsa talep azalır.
- Örnek: Doktorlar balık, domates gibi bazı gıda maddelerinin sağlık için çok yararlı olduğunu vurguluyorsa, insanların tercihi o gıda maddeleri lehine gelir ve o mallara olan talep artar.

* Beklenti : (Geleceğe ilişkin fiyat ve gelir beklentisi)

• Beklentiler insanların satın alma kararlarını etkiler. Fiyatlarda artış beklenirse o mallara olan sınırlı talep artar, fiyatlarda azalma beklenirse talep azalır.

• Örnekler : Eğer insanlar gelirlerini artacağı beklentisi içindeyse , pahalı restorandaki harcamaları artar.

Eğer ekonomik kriz varsa ve insanların işlerini kaybetme konusunda kaygı içindeyse , yeni araba alımına olan talepleri azalır.

3. basamakta denge noktasındaki değişimi analiz etmek :

- Herhangi bir olayın etkisini belirlemek için ;
- 1. Olayın S eğrisini , D eğrisini veya her ikisini değiştirmeye karar verin.
- 2. Eğrinin hangi yönde değiştiğine karar verin.
- 3. Arz ve talep grafiğini kullanarak denge P ve Q nasıl değiştiğine karar verin.

Değişim ve Eğri boyunca hareket :

- Arzda değişim : S eğrisini değiştiren etkenler olduğunda , S eğrisinde değişim olur. (örn: teknoloji veya maliyet)
- Arz edilen miktarda değişim : P değişmesi , sabit S eğrisi boyunca harekete sebep olur.
- Talepte değişim : D eğrisini değiştiren etkenler olduğunda , D eğrisinde değişim olur. (örn: gelir veya alternatif sayısı)
- Talep edilen miktarda değişim : P değişmesi , sabit D eğrisi boyunca harekete sebep olur.

ARZDA DEĞİŞİM ÖRNEĞİ : Yeni teknoloji ile hybrid arabaların üretim maliyetleri düşer.



SORULAR :

- Tavan fiyat ve taban fiyat nedir? Örnekleri nelerdir?
- Tavan fiyat ve taban fiyat piyasa sonucunu nasıl etkiler?
- Vergilerin piyasa üzerinde nasıl bir etkisi vardır? Vergilerin satıcıya veya alıcıya uygulanması piyasa sonucunu nasıl etkiler?

Devletin fiyat kontrolü

• Fiyat kontrolü

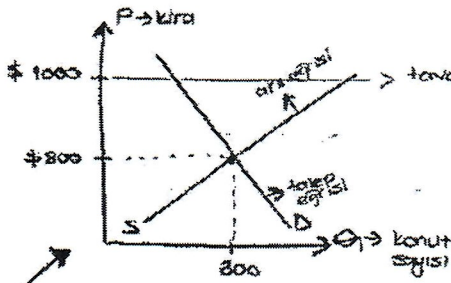
- Tavan fiyat : Bir mal veya hizmet için devletce belirlenen max fiyat (örn: uçak bileti)
- Taban fiyat : Bir mal veya hizmet için devletce belirlenen minimum fiyat (örn: asgari ücret)

• Vergi

Devlet satıcıları ve alıcıları belli bir oranda her birim için vergilendirebilir.

* Arz ve talep eğrisi kullanarak vergilendirmenin piyasa sonucunu nasıl etkileyeceğine bakalım;

ÖRN: Konut Piyasası



price (P) → fiyat

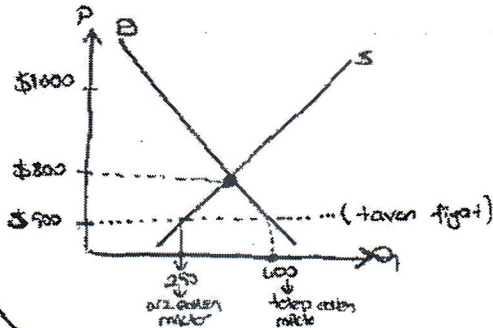
supply (S) → arz

demand (D) = talep

Quantity (Q) = miktar

* Tavan fiyat piyasa sonucunu nasıl etkiler? → Etkilemez, Çünkü tavan fiyatı denge

fiyatının üzerinde ise piyasa dengesinde hiçbir değişiklik olmaz.



→ Tavan fiyatı piyasa sonucunu nasıl etkiler? → Tavan fiyatı denge fiyatının altında olup piyasa sonucunu etkiler. Talep fazlalığı (kıtık) görülmektedir.

Kıtlık: Talep fazlalığı olduğu zaman satıcılar ellerindeki ürünleri, alıcılar arasında paylaşmaktadır.

Uygulamalar: 1- Uzun kuyruklar (önce gelen alır)

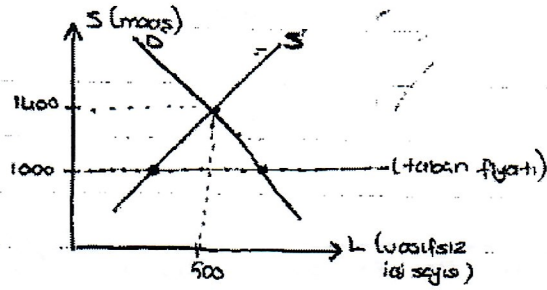
2- Karaborsa

3- Satıcıların mali isteklerini kimseye gizlice satması

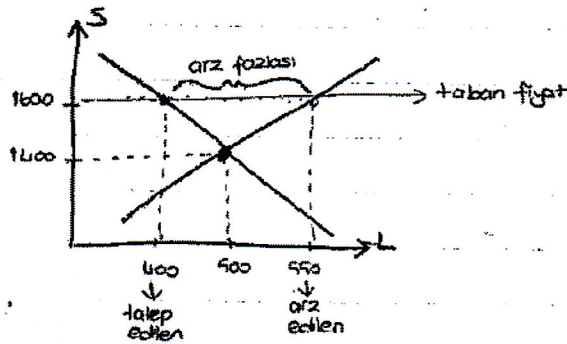
* Bu uygulamalar hem adil değil hem de etkin değildir. Müdahale olunca talep fazlalığı ortaya çıkar.

* Fiyatlar kontrol edilmediği zaman daha etkin bir piyasa oluşur.

ÖRNEK: VASİFSİZ İŞÇİLERİN PİYASASI



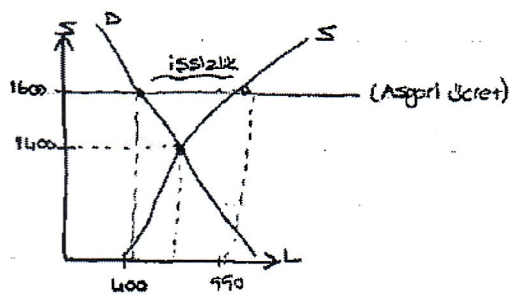
fiyat kontrolü olmadan çıkan eşitsizlik
→ Taban fiyatı denge fiyatının altına düşürülür ise;
herhangi bir değişiklik olmaz.



→ Taban fiyatı denge fiyatının üstünde ise;

Daha fazla insan çalışmak ister. Arz edilen miktar talep edilenlerden fazla olur. Bu da arz fazlasına neden olur. (Arz fazlalığı → işsizlik)

ASGARİ ÜCRET



Asgari ücret zorunluluğu vasıflı işçileri etkilemez.

15-20 yaş grubunu daha çok etkiler.

1. Fiyat Kontrolü

Aşağıdaki 3 farklı durumu inceleyiniz.

A. \$90 tavan fiyat

B. \$90 taban fiyat

C. \$120 taban fiyat

(A) \$90 tavan fiyat

Fiyat \$90'a düşer.

Alıcılar 120 hotel odası talep eder,

satıcılar 90 tane arz eder. Sonuç;

talep fazlası (kıtlık)

(B) \$90 taban fiyat

Denge fiyatı taban fiyatının üzerindeki bölge.

İçin fiyat kontrolünün herhangi bir etkisi yoktur.

$$P = \$100$$

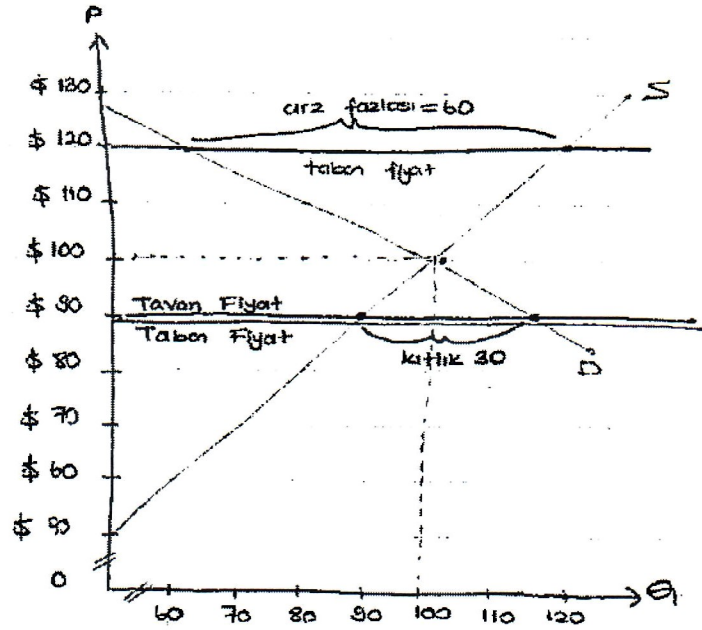
$$Q = 100 \text{ oda}$$

(C) \$120 taban fiyat

Fiyat \$120'a çıkar... Alıcılar 60 oda

talep eder, satıcılar 120 arz eder.

Sonuç: arz fazlası.



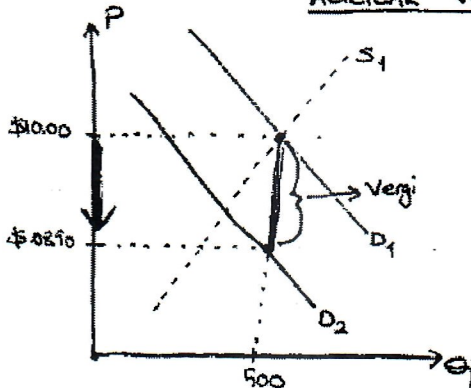
VERGİ

* Devlet birçok ürün ve hizmet için vergi almakta, aldığı bu vergiyi birçok alanda harcar.

* Alıcılar ve satıcılar vergilendirilir.

* Belli bir yüzde veya oran olabilir.

ALICILAR VERGİLENDİRİLİRSE

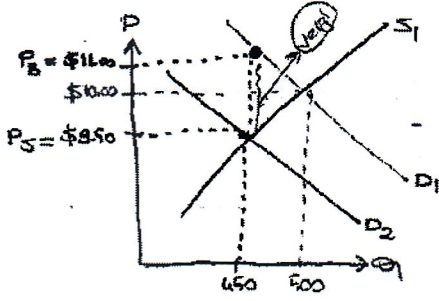


→ Alıcılar vergilendirilirse (D) eğrisi vergi miktarı kadar aşağı kayar.

→ Alıcıların aynı miktarda ürün almasını için P \$11.50 düşer.

→ Eğer P \$10.00'den \$8.50'e düşerse, alıcılar eskiden olduğu gibi yine 500 pizza alma isteğine bulundukları.

ALICILAR VERGİLENDİRİLİRSE ②



Yeni Eşitlik = $Q_1 = 450$

Satıcının Alacağı $P_S = \$9.50$

Alıcının Ödeyeceği $P_B = \$11.00$

Aradaki fark $\$1.50 = \text{vergi}$

(Arz eğrisi sola kayar yani vergi miktarı kadar.)

VERGİ YANSIMASI : Dükkanda olan vergi yansımaları örneğidir. Vergi miktarının piyasa katılımcıları arasında nasıl dağıtıldığıdır.

Örneğimizde alıcılar $\$1.00$ fazla öder.

satıcılar $\$0.50$ az alır.

→ İster satıcıya ister alıcıya vergi uygulanırsa, Vergi yansımaları iki tarafta da aynı olur. (değişmez.)

Aradaki tek fark talep eğrisi sola (satıcı vergilendirilirse), arz eğrisi sağa (alıcı vergilendirilirse) kayar.

Verginin piyasa üzerindeki etkisi.

SORU:

Devletin alıcılara oda başına $\$30$ vergi

uyguladığını farzedelim.

Bu durumda yeni Q_1, P_B, P_S ve vergi yansımalarını bulun.

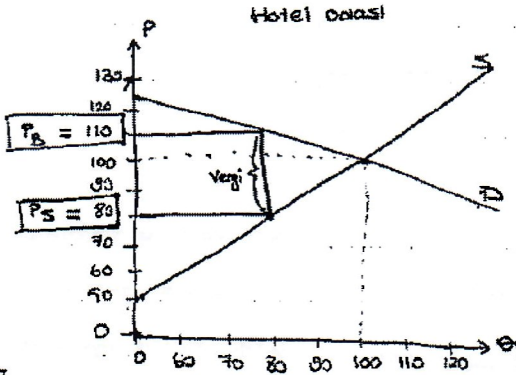
CEVAP:

$Q_1 = 80, P_B = \$110, P_S = \$80 = \$90$

→ Piyasa sonucudur.

Yansımaları: alıcı $\$10$
satıcı $\$20$ → vergi yansımalarıdır.

Toplam vergi = $\$30$



REFAH EKONOMİSİ

• Kaynakların kullanılması :

→ hangi maldan ne kadar üretildiği

→ hangi üreticilerin ne kadar ürettiği

→ hangi tüketicilerin tükettiği

- Refah ekonomisi kullanan kaynakların ekonomik refahı nasıl etkilediğini inceler.
- Öncelikle tüketicilerin refah durumlarını inceleyeceğiz.

* Ödemeye razı olduğu miktar (WTP)

Alıcıların ödemeye razı olduğu miktar, bir mal için alıcının ödeyeceği max. fiyattır. WTP, malın alıcı için ne kadar değerli olduğunu gösterir.

İsim	WTP
Ahmet	\$250
Ali	175
Ayşe	300
Fatma	125

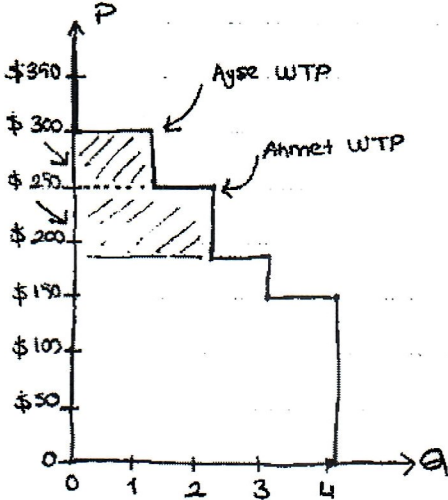
Örnek: U. alıcının bir iPod için WTP

* WTP ve Talep Eğrisi

P (iPod'un fiyatı)	Kim alır	Q^d
\$301 & up	Kimse	0
291-300	Ayşe	1
176-250	Ahmet-Ayşe	2
126-175	Ali-Ahmet-Ayşe	3
0-125	Fatma-Ali-Ahmet-Ayşe	4

Talep eğrisi

* Merdiven Şekli



→ D eğrisi 4 basamaklı ve her basamağında bir alıcı olan

merdivene benzemektedir,

→ Eğer serbest piyasada alıcı sayısı çok fazla olursa,

→ Çok ufak basamaklar olan sonsuz basamak olur.

→ Ve bu da eğrinin daha bir eğriye dönüşüne sebep olur.

→ Her Q , D eğrisinin yüksekliği marginal alıcının WTP gösterir.

→ Eğer P daha yüksek olursa piyasayı terk eder.

CS ve Talep Eğrisi

$$P = \$260$$

$$\text{Ayşe'nin CS} = \$300 - 260 = \$40$$

$$\text{Toplam CS} = \$40$$

Fazdelim ki; $P = \$220$ 'a düşer,

$$\text{Ayşe'nin CS} = \$300 - 220 = \$80$$

$$\text{Ahmet'in CS} = \$250 - 220 = \$30$$

$$\text{Toplam CS} = \$110$$

Tüketici fazlası (CS)

$$CS = WTP - P$$

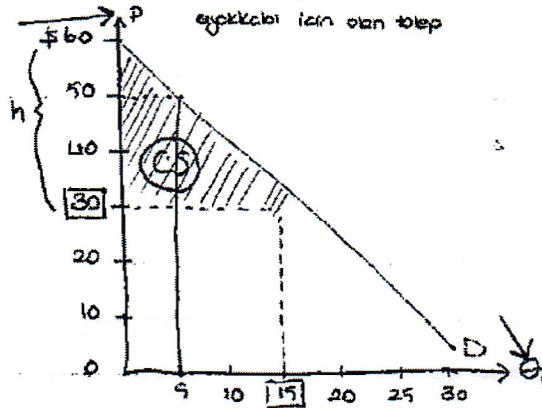
Teknik: Fazlası beşerçe 1021 Fiyat
okulu mitor

* Çok fazla alıcının olduğu ve alt talep eğrisi

$\theta_1 = 9$, marginal chlorine

her bir çift çanakçabı

Idn WTP 's: \$50



→ CS 0'dan A ya P ve D eğişisi arasındaki atılır.

→ $\text{Ütkelik} = \$60 - 30 = \30

Ugerin Abri = $\frac{30.15}{2} = \$22.5$

İstemeye razı olanlar 1 miktardır

topladığımızda $11D^{11}y$ elde ederiz.

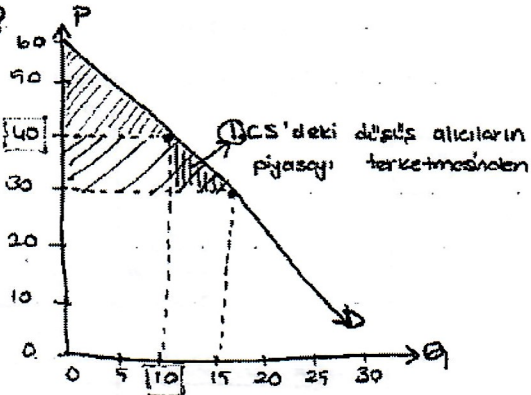
* ~~XXXXXXXXXX~~ Fiyat yükseldikçe CS nasıl azalır?

→ Eger. P. 40'a gidselse,

$$CS = \frac{1}{2} \times 10 \times \$20 = \$100$$

→ CS'nin azalmasında iki sebep vardır :

② CS'deki oksijen kabır, alıcının daha yüksek P ödemesinden.



Soru: Tüketici Fazlası (CS)

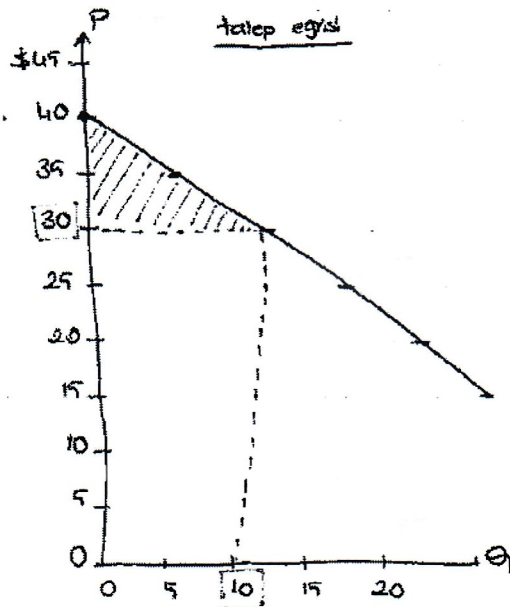
A. Marginal atcının $Q_1=10$ 'deki WTP'sini bulun.

B. $P = \$80$ oldugunda $CS = ?$

CEVAP

A. $Q_1=10$, marginal alıcının WTP'si \$30

B. CS = $\frac{1}{2} \times 10 \times \$10 = \$50$



Soru:

Farz edelim ki P \$20'a düştü. Bu durumu

CS ne kadar artar C ve D seçenekleri için;

C. piyasaya giren alıcılar

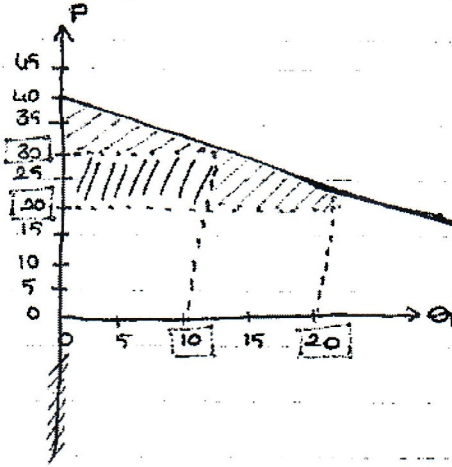
D. varolan alıcıların daha düşük ödemesi

CEVAP: P \$20'a düştüğünde;

C. CS yeni girenler için $\frac{10 \times 10}{2} = \50

D. CS ilk 10 bilm için den artı.

$$10 \times 10 = 100$$



MALİYET VE ARZ EĞRİSİ

- Maliyet, bir malın üretimi için satıcının vazgeçtiği her şey (ör; fırsat maliyeti)
- Buna malı üretmek için kullandığı tüm kaynakların maliyeti ve satıcının zamanın değerinde dahildir.
- Örnek: Çim kesme işinde 3 tane satıcı

İsim	Maliyet
Jack	\$10
Janet	20
Chrissy	35

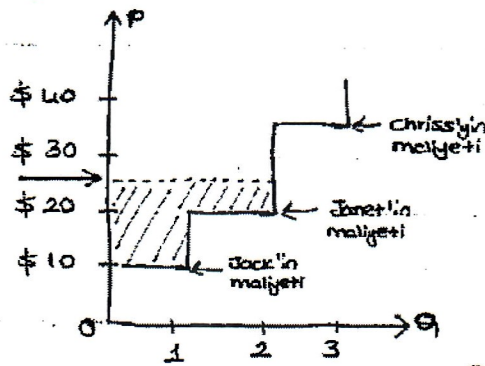
* Satıcının malı üretilip satması

icin fiyatın maliyetinin üzerine
artması gerekir.

* Sonuç olarak, maliyet XXXX razı olunan
satışı dıker.

Arz eğilmesini tablodaki bilgilere göre çizelim:

P	Q^s
\$0-9	0
10-19	1
20-34	2
35 & up	3



→ Her Q_i , S eğrisinin

yüksekliği "marginal satıcının"

maliyetini gösterir. Bu marginal

satıcı eğer fiyat maliyetten

düşsek oarsa piyasayı terk eder.

(Tüketici fazlası)

→ PS = P - maliyet

Farz edelim ki, P = \$25

Jack'in PS = \$15

Janet'in PS = \$5

Chrissy'n PS = \$0

Toplam PS = \$20

Toplam PS, o'lan Q_i ya P ile S eğrisi

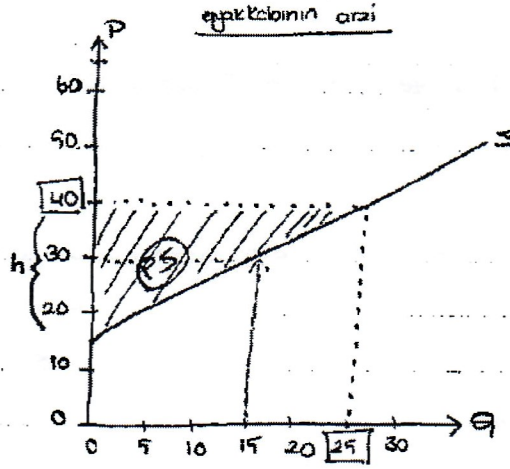
arasındaki alandır.

Gök fazla satışının olduğu PS ve arz eğrisi
 Forzedelim ki ;

$$P = \$40$$

$Q = 15$ 'de , marginal

satıcının maliyeti \$30



S = maliyeti temsil eder...
 maliyet arz eğrisine göre verilir.

* PS' den Q ya P ile
 S eğrisi arasındaki alandır...

* Döğeri yüksekliği

$$\$40 - 15 = \$25$$

$$PS = \frac{1}{2} \times b \times h$$

$$= \frac{1}{2} \times 25 \times \$25$$

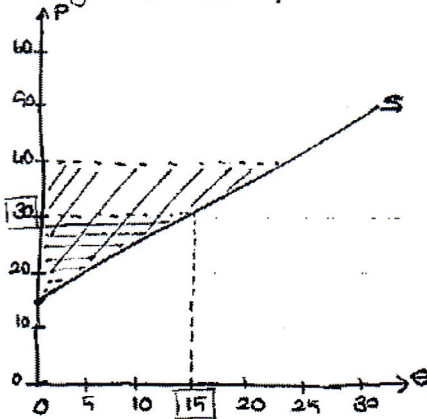
$$= \$312.50$$

Daha düşük fiyat PS'yi nasıl azaltır?

Eğer P \$30'a düşerse ;

$$PS = \frac{1}{2} \times 15 \times \$15$$

$$= \$112.50$$



• PS'nin azalmasında iki sebep vardır ;

1- Piyasayı terk eden satıcılar

2- Piyasada kalınlarn daha düşük

P'den satması

Üretici Fazlası

A. $Q_1=10$ 'dayken marginal satıcının maliyetini bulun.

B. $P = \$20$ ise toplam PS'yi bulun.

CEVAP

A. $Q_1=10$ 'da marginal maliyet = \$20

$$B. PS = \frac{1}{2} \times 10 \times \$20 = \$100$$

P \$30'a artarsa , PS'deki artışı C ve

D'deki sebeplere göre bulun :

C. 5 birim ektra den satmak

D. İlk 10 birim daha yüksek P'den satmak

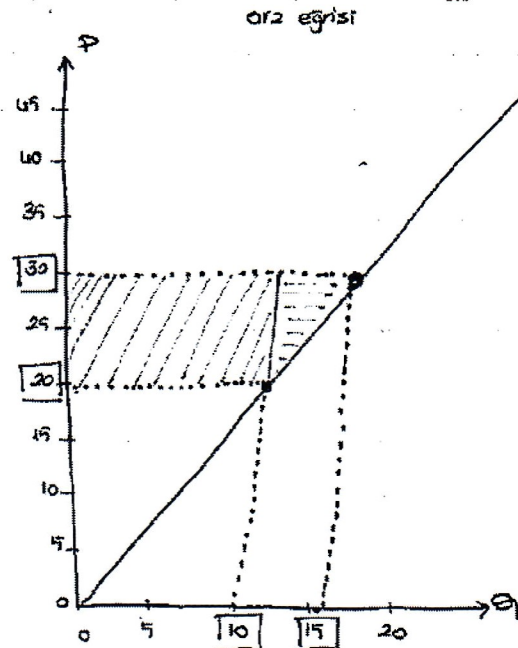
CEVAP

C. PS ekstra birimler için

$$= \frac{1}{2} \times 5 \times \$10 = \$25$$

D. İlk 10 birim artış PS'deki

$$= 10 \times \$10 = \$100$$



CS, PS ve Toplam Fazlalık

$$\boxed{CS} = (\text{ödenmeye razı olunan miktar}) - (\text{alıcıların ödediği miktar}) \longrightarrow CS = WTP - P \longleftarrow$$

= alıcıların kazancı

$$\boxed{PS} = (\text{satıcıların aldığı miktar}) - (\text{satıcılara olan maliyet}) \longrightarrow P - \text{maliyet} = PS \longleftarrow$$

= satıcıların kazancı

$$\text{Toplam Fazlalık} = CS + PS \qquad CS + PS = WTP - \text{maliyet}$$

= Toplam Kazanç

$$= (\text{ödenmeye razı olunan miktar}) - (\text{satıcılara olan maliyet})$$

ETKİNLİK :

$$\text{Toplam fazlalık} = (\text{ödenmeye razı olunan miktar} = WTP) - (\text{satıcıya olan maliyet})$$

Eğer toplam fazlalık maksimize olursa, kaynakların kullanımı etkindir.

Toplam Hasılat, Toplam Maliyet, Kar

①

Firmaların amacının karlarını maksimize etmek istediklerini varsayacağız.

$$\text{Kar} = \frac{\text{Toplam hasılat}}{\downarrow} - \frac{\text{Toplam Maliyet}}{\downarrow}$$

Firmanın satış yaptığı
ürünlere elde ettiği
gelir.

Firmanın üretimde
kullandığı giderlerin
piyasa değeri.

Maliyetler : Acık ve Örtük Maliyetler

Acık Maliyetler → Para akışını gerektirir. Ör: Çalışanlara maaşlarını ödemek.

Örtük Maliyetler → Para akışını gerektirmez. Ör: Firma sahibinin zamanının fırsat maliyeti.

Ör: İşinizi acımanız için \$100.000 a ihtiyacımız var. Faiz oranı %5

Durum 1: \$100.000 borç almak
acık maliyet: \$5.000 faiz miktarı

Durum 2: \$40.000 önce biriktirdiğin parayı kullanmak.
Geri kalan \$60.000 i borç almak.

acık maliyet: \$3.000 (%5) faiz miktarı ($60.000 \times 0.05 = 3000$)
örtük " : \$2.000 (%5) \$40.000 dan kaybedilen faiz miktarı.

Her iki durumda da toplam maliyet (acık + örtük) : \$5.000

Ekonomik Kar ve Muhasebe Karı

Muhasebe Karı : Toplam hasılat - Toplam acık maliyet

Ekonomik Kar : Toplam hasılat - Toplam maliyet (acık ve örtük maliyetlerin toplamı)

⊕ Muhasebe karı örtük maliyeti dahil etmez, bundan dolayı ekonomik kardan daha fazladır.

Ör: Ofisin kira oranında aylık \$500 artış olduğunda. Aşağıdaki 2 durum için ekonomik kar ve muhasebe karındaki değişikliği belirtiniz.

a) Ofisin sahibi değil kiracı isen;

acık maliyet \$500

Muhasebe karı : \$500 azalır.

Ekonomik kar : \$500 azalır.

b) Ofis sahibi olup çalıştığınızda ;

örtük maliyet \$500

Muhasebe karı : değişmez.

Ekonomik kar : \$500 azalır.

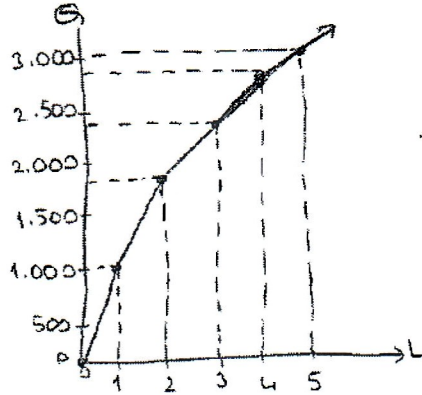
Üretim Fonksiyonu

Malın üretimi için gerekli olan girdilerin miktarları ile çıktının miktarı arasındaki ilişkiyi gösterir. (2)

- Tablo
 - Eşitlik
 - Grafik
- şeklinde gösterilir.

Ör: Giftai Jack Q (kg) üretiyor 20 dönüm arazide istediği işçi sayısı ile.
 ↓
 ürün \$ 1.000 kira \$ 2.000

L (işçi sayısı)	Q (buğday kg)
0	0
1	1.000
2	1.800
3	2.400
4	2.800
5	3.000



→ işçi sayısını arttırdıkça üretim miktarı az ilerliyor.
 * Her işçi alırken neden azar azar artar?
 - Her ekstreten işçi alındığında, ortalama işçilerin çalışacağı alan azalır ve sonuç olarak verimlilikleri azalır.

Marginal Ürün: Eğer Jack bir işçi daha alırsa, üretimi emeğin marginal ürünü kadar artar.
 Herhangi bir girdinin marginal ürünü, ekstreten bir birim girdinin üretimde oluşturduğu artıştır. (Not: Diğer tüm girdiler sabit.)

$\Delta \rightarrow$ değişim...

$\Delta Q \rightarrow$ üretimdeki değişim

$\Delta L \rightarrow$ işçi sayısındaki değişim

$$\text{Emeğin marginal ürünü (MPL)} = \frac{\Delta Q}{\Delta L} \quad \begin{array}{l} \text{Üretimdeki değişim} \\ \text{işçi sayısındaki değişim} \end{array}$$

L (işçi sayısı)	Q (buğday kg)	MPL
0	0	
1	1.000	1.000
2	1.800	800
3	2.400	600
4	2.800	400
5	3.000	200

→ MPL sürekli azalmıştır.

→ Genel olarak L arttıkça

MPL azalır. (sabit olan girdinin emek veya sermaye olması fark etmez)

→ Azalan marginal ürün:

Girdinin miktarı arttıkça, girdinin marginal ürünü azalır.
 (diğer herşey sabitken)

$$\text{Kâr} = \text{Toplam hasılat} - \text{Toplam maliyet}$$

Örnek: Jack'in Maliyeti

3

L (işçi sayısı)	Q (buğday kg)	Arazinin Maliyeti	İşçi Maliyeti	Toplam Maliyet
0	0	\$1.000	\$0	\$1.000
1	1.000	\$1.000	\$2.000	\$3.000
2	1.800	\$1.000	\$4.000	\$5.000
3	2.400	\$1.000	\$6.000	\$7.000
4	2.800	\$1.000	\$8.000	\$9.000
5	3.000	\$1.000	\$10.000	\$11.000

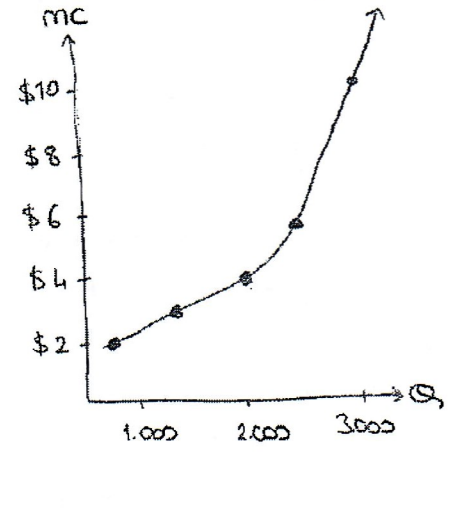
Marginal maliyet (mc): bir birim daha üretince toplam maliyetteki artıştır.

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

Toplam ve Marginal Maliyet

Q (buğday kg)	Toplam Maliyet (TC)	Marginal Maliyet (mc)
0	\$1.000	
1.000	\$3.000	\$2.00
1.800	\$5.000	\$2.50
2.400	\$7.000	\$3.33
2.800	\$9.000	\$5.00
3.000	\$11.000	\$10.00

Marginal maliyet Eğrisi



⊗ Jack rasyonel biri olarak karını yükseltmeye çalışır. Karını artırmak için, daha fazla mı?

↳ Cevabını bulmak için Jack'in marjinde karar vermesi lazım.

yoksa daha az mı buğday üretmesi lazım?

↳ Ekstra buğdayın maliyeti (mc) < satışından elde edeceği hasılat az ise ;

Jack üretimi artırdıkça, kârı artar.

Sabit ve Değişken Maliyetler

(4)

Sabit maliyet (FC) → Üretim miktarı ile değişmez

- Jack için, FC = \$ 1000 (arazi kirası)
- Diğer örnekler: ekipman maliyeti vb.

Değişken maliyet (VC) → Üretilen miktar ile değişir

- Jack için, VC = işçilerine verdiği maaş
- Diğer örnekler: hammadde maliyeti

Toplam Maliyet (TC) = FC + VC

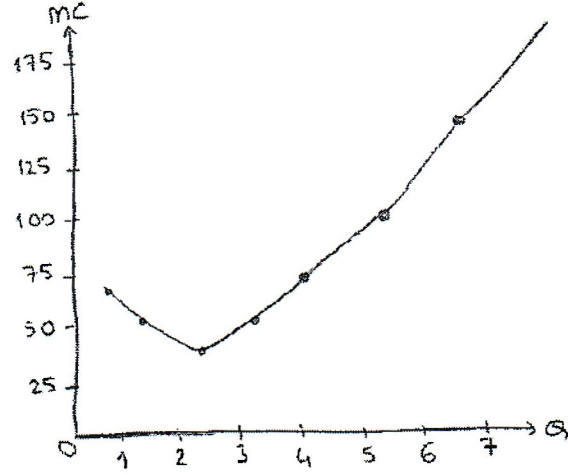
$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

ÖR 2 : maliyetler

Q	FC	VC	TC
0	\$100	0	\$100
1	100	70	170
2	100	120	220
3	100	160	260
4	100	210	310
5	100	280	380
6	100	380	480
7	100	520	620

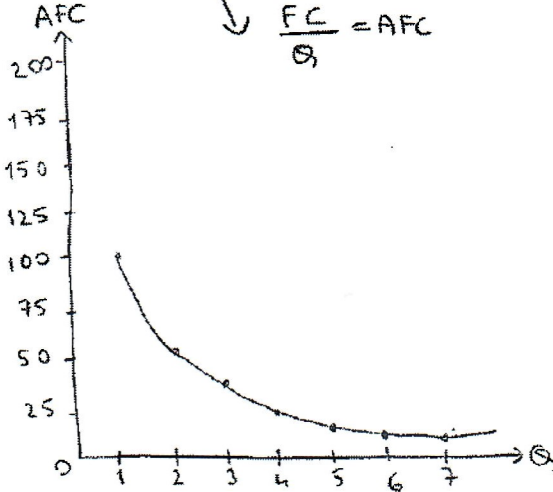
ÖR 2 : marginal maliyet

Q	TC	MC
0	100	70
1	170	50
2	220	40
3	260	50
4	310	70
5	380	100
6	480	140
7	620	



ÖR 2 : Ortalama Sabit Maliyet

Q	FC	AFC
0	100	n/a
1	100	100
2	100	50
3	100	33.33
4	100	25
5	100	20
6	100	16.67
7	100	14.29



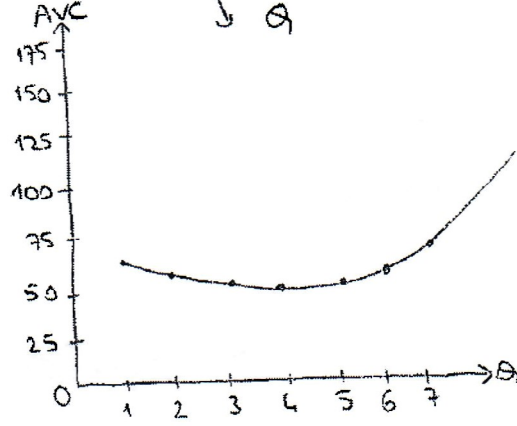
$$\frac{FC}{Q} = AFC$$

ÖR 2 : Ortalama Değişken Maliyet

$$\frac{VC}{Q} = AVC$$

(5)

Q	VC	AVC
0	0	n/a
1	70	70
2	120	60
3	160	53.33
4	210	52.50
5	280	56
6	380	63.33
7	520	74.29

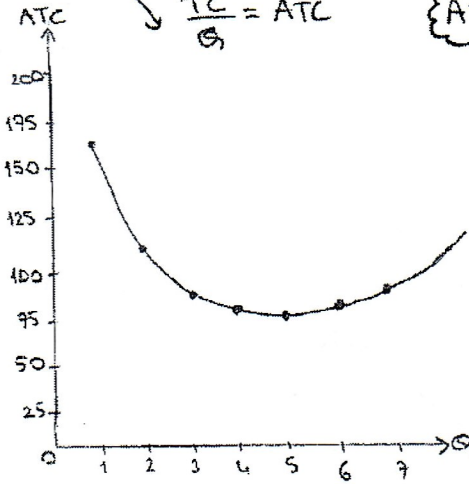


ÖR 2 : Ortalama Toplam Maliyet (ATC)

$$\frac{TC}{Q} = ATC$$

$$ATC = AFC + AVC$$

Q	TC	ATC	AFC	AVC
0	100	n/a	n/a	n/a
1	170	170	100	70
2	220	110	50	60
3	260	86.67	33.33	53.33
4	310	77.50	25	52.50
5	380	76	20	56.00
6	480	80	16.67	63.33
7	620	88.58	14.29	74.29



ÖR 1:

Q	VC	TC	AFC	AVC	ATC	MC
0	50	\$50	n/a	n/a	n/a	
1	10	60	\$50	\$10	\$60	\$10
2	30	80	25	15	40	20
3	60	110	16.67	20	36.67	30
4	100	150	12.50	25	37.50	40
5	150	200	10	30	40	50
6	210	260	8.33	35	43.33	60

$$\downarrow$$

$$FC + VC$$

$$\downarrow$$

$$\frac{FC}{Q}$$

$$\downarrow$$

$$\frac{VC}{Q}$$

$$\downarrow$$

$$\frac{TC}{Q}$$

$$(AFC + AVC)$$

ÖR2: Neden ATC genellikle U şeklindedir?

(6)

1. arttıkça

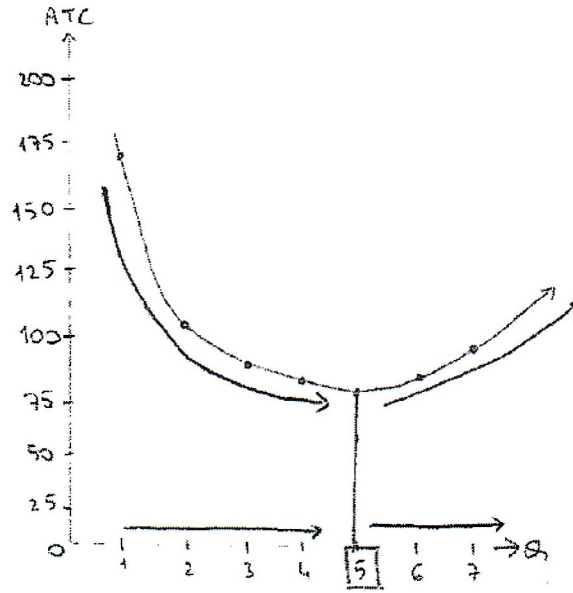
İlk başta AFC azalır ve ATC'i aşağı çeker.

Sonrasında

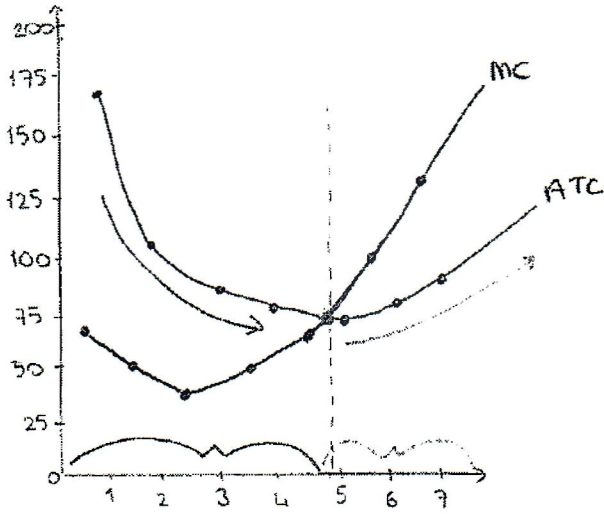
AVC artar, ATC'i yukarı çeker.

Etkin minimum ölçek

ATC'i minimum eden miktar.



ÖR2: ATC ve MC



1- $MC < ATC$ olduğu zaman, ATC azalır.

2- $MC > ATC$ olduğu zaman, ATC artar.

3- MC eğrisi ATC eğrisini, ATC'nin minimum olduğu noktada keser.

$MC = ATC$
↓
min ATC

Kısa Dönemde ve Uzun Dönemde Maliyetler

Kısa Dönem; Bazı girdiler sabittir (ör: fabrikalar, araziler)

Bu girdilerin maliyeti FC tür.

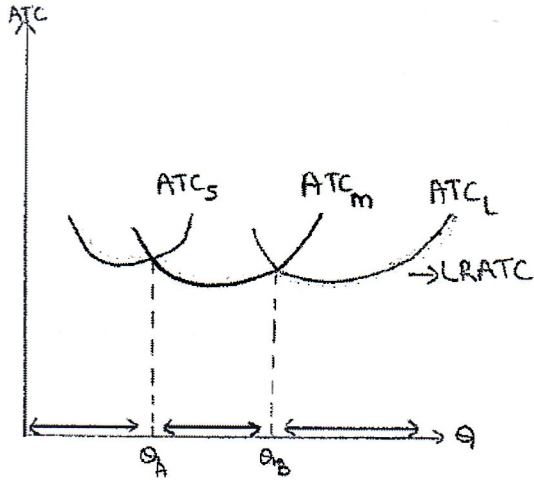
Uzun Dönem; Bütün girdiler değişkendir. (Eğer firmalar daha çok fabrika kurabilirler veya olanı satabilirler.)

LRACT: Uzun dönem ortalama toplam maliyet.

(7)

ÖR3: 3 farklı fabrika büyüklüğü için LRACT.

- Firmalar 3 tane farklı büyüklükte fabrika seçebilirler. (Small, Medium, Large)
- Her bir fabrika kendi SRACT eğrisine sahiptir.

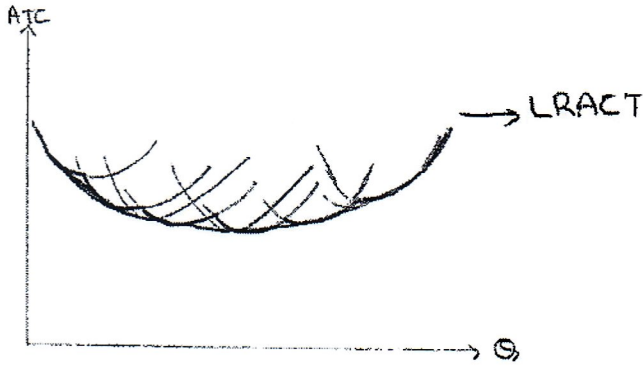


① Q_A dan daha az üretmek için, firma uzun dönemde "S" büyüklüğüne seçmelidir.

② Q_A ve Q_B arasındaki üretmek için, firma uzun dönemde "M" büyüklüğüne seçmelidir.

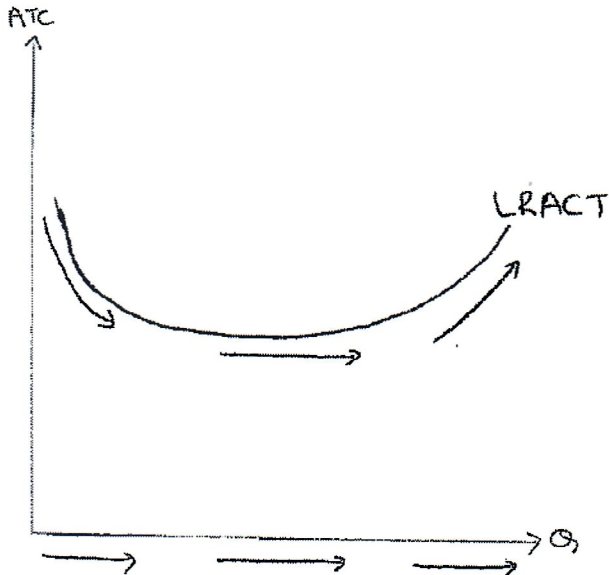
③ Q_B den daha fazla üretmek için, firma uzun dönemde "L" büyüklüğüne seçmelidir.

LRACT Eğrisi: Gerçek hayatta çok fazla sayıda farklı SRACT'a sahip birçok fabrika vardır.



⇒ Bundan dolayı klasik LRACT eğrisi şekildedir: gibidir.

* Üretim ölçeği değiştiğinde ATC nasıl değişir?



① Ölçek ekonomileri: Q arttıkça, ATC azalır.

② Ölçeğe göre sabit getiri: Q arttıkça, ATC değişmez.

③ Ölçeğe göre eksi ekonomiler: Q arttıkça, ATC artar.

İşlenecek Konular

(8)

1- Tam rekabet piyasası nedir?

2- Marjinal hasılat nedir? Toplam ve ortalama hasılat ile olan ilişkisi nedir?

3- Firmalar karını maksimize edecek miktarı nasıl belirlerler?

4- Kısa dönemde ne zaman firmalar üretimi durdurmayı kucurmalı (kapatma noktası) almalıdırlar?
Ne zaman piyasayı terk etmelidirler?

5- Kısa ve uzun dönemde piyasa arz eğrisi nasıl olmalıdır?

Tam Rekabet Piyasasının Özellikleri

- 1) Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcının bulunması.
 - 2) Malın homojen olması.
 - 3) Piyasaya giriş ve çıkışın serbest olması.
- 1 ve 2 den dolayı satıcı ve alıcılardan herhangi biri fiyatı değiştiremez.

Tam Rekabet Piyasasındaki Firmanın Hasılatı

- Toplam Hasılat (TR) $TR = P \times Q$
- Ortalama Hasılat (AR) $AR = \frac{TR}{Q} = P$
- Marjinal Hasılat (MR) $MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$ $\Rightarrow$ Bir birim satıştan oluşan TR'deki değişim.

TR, AR, MR Hesaplaması

Q	P	TR = P x Q	AR = $\frac{TR}{Q}$	MR = $\frac{\Delta TR}{\Delta Q}$
0	\$10	\$0	n/a	
1	\$10	\$10	\$10	\$10
2	\$10	\$20	\$10	\$10
3	\$10	\$30	\$10	\$10
4	\$10	\$40	\$10	\$10
5	\$10	\$50	\$10	\$10

$$MR = P$$

Tam Rekabet Piyasasındaki Firma için $MR = P$

9

- Tam rekabet piyasasındaki firma fiyatı etkilemeden istediği kadar üretimini artırabilir.
- Bundan dolayı, Q daki her birim artış, hasılatın P kadar artmasına sebep olur, $MR = P$.
- $MR = P \Rightarrow$ sadece tam rekabet piyasasındaki firmalar için geçerlidir.

Kar Maksimize Etme:

• Hangi Q firmanın karını maksimize eder?

↳ Cevaplamak için "mıktında karar vermez" gereklidir.

- * Eğer Q bir birim artarsa ; - Hasılat MR kadar artar.
- Maliyet MC kadar artar.

* Eğer $MR > MC$ ise, karı artırmak için Q artırılır.

* Eğer $MR < MC$ ise, karı artırmak için Q azaltılır.

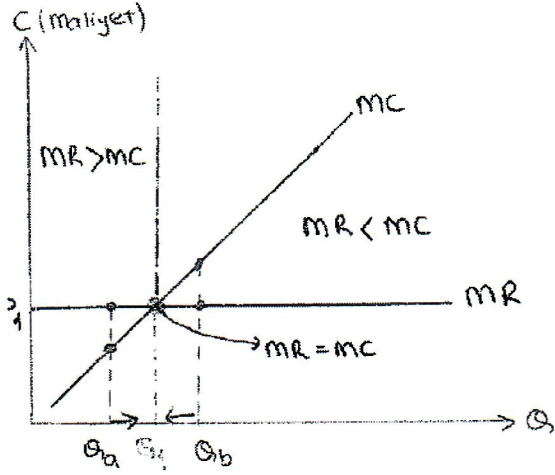
Q	Toplam Hasılat TR	Toplam Maliyet TC	Kâr	Marginal Hasılat $\frac{\Delta TR}{\Delta Q}$	Marginal Maliyet $\frac{\Delta TC}{\Delta Q}$	$\Delta Kâr = MR - MC$
0	\$0	\$5	-\$5			
1	10	9	1	\$10	\$4	\$6
2	20	15	5	10	6	4
3	30	23	7	10	8	2
4	40	33	7	10	10	0
5	50	45	5	10	12	-2

$\Delta \rightarrow$ değişim



$MR > MC$ olduğu herhangi bir Q da,
 Q nın artması karı artırır.

MC ve Firmanın Ar2 Kararı



Q_a da, $MR > MC$.

Bundan dolayı Q 'nin artması karı artırır.

Q_b de, $MR < MC$.

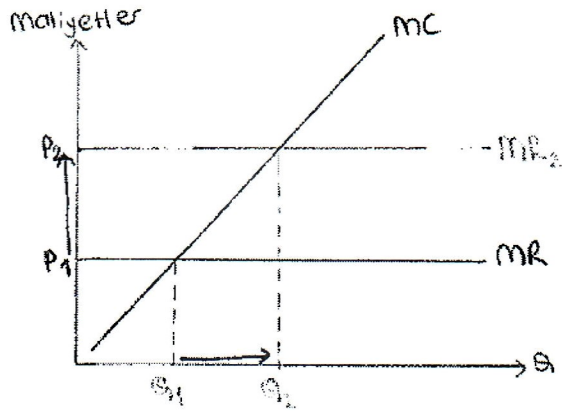
Bundan dolayı Q 'nin azalması karı artırır.

Q_1 de, $MR = MC$.

Q 'nin değişmesi karı azaltır.

AKURAL : Karın maksimize edildiği Q 'da $MR = MC$.

↳ Eğer fiyat P_2 ye çıkarsa, karı maksimize eden miktar Q_2 ye çıkar.



MC eğrisi firmanın herhangi fiyattaki Q 'sunu belirler.

Bundan dolayı ;

MC eğrisi firmanın ar2 eğrisidir.

Üretimi Durdurma (Kapatma) ve Piyasadan Çıkış

Kapatma ;

Piyasa şartlarından dolayı kısa dönemde hiçbir şey üretmemek.

Çıkış ;

Uzun dönemde verilen piyasadan çıkış kararı.

Aradaki fark ;

• Eğer kısa dönemde (SR) kapatırsa, FC yi ödemeyi devam etmek zorunda.

• Eğer uzun dönemde (LR) çıkarsa, sıfır maliyet.

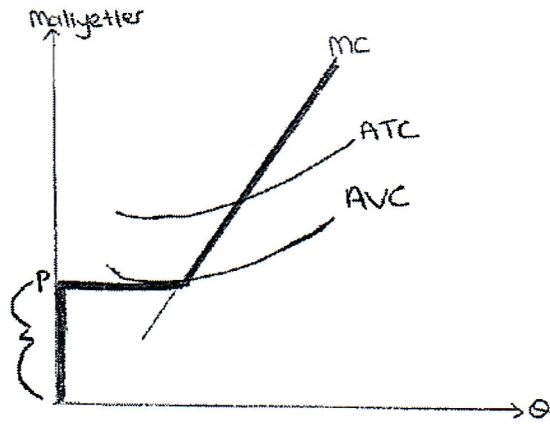
Firmanın Kısa Dönem Kapatma Kararı

- Kapatmanın Maliyeti : hasılattaki kayıp = TR
- Kapatmanın Faydası : azalan maliyet = VC (firma hala FC ödemek zorunda)
- ↳ Bundan dolayı ; eğer $TR < VC$, kapatma kararı.
- Her iki tarafı Q ya bölersek $\frac{TR}{Q} < \frac{VC}{Q}$
- ↳ Bundan dolayı firmanın kararı : Eğer $P < AVC$, kapat.

Tam Rekabetteki Firmanın Kısa Dönem (SR) Arz Eğrisi

- * AVC 'nin üzerindeki MC eğrisi firmanın SR arz eğrisidir.

Eğer $P < AVC$ ise, firma kapatılır. (Üretim $Q=0$)



Batık Maliyet

- Batık Maliyet : Üretim yada tüketim sürecinde katlanılan ancak geri iadesi mümkün olmayan harcama.
- FC batık maliyettir : Firmalar üretim yaparsalar yapmasalarda sabit maliyeti ödemek zorundadırlar.
- ↳ Bundan dolayı ; kapatma kararı alındığında FC ye batılmaz, (FC = Sabit maliyet)

Firmanın Uzun Dönem (LR) Çıkış Kararı

- Piyasadan çıkmanın maliyeti : hasılattaki kayıp = TR
- Piyasadan çıkmanın faydası : azalan maliyet = TC (uzun dönemde $FC=0$)
- ↳ Bundan dolayı ; $TR < TC$ ise, firma çıkış kararı alır.
- Her iki tarafı Q ya bölersek firmanın kararı için olan kural : Eğer $P < ATC$, ise çıkış.

Yeni Firmanın Piyasaya Giriş Kararı

• Uzun dönemde, firmalar piyasaya karlı ise ($TR > TC$) girerler.

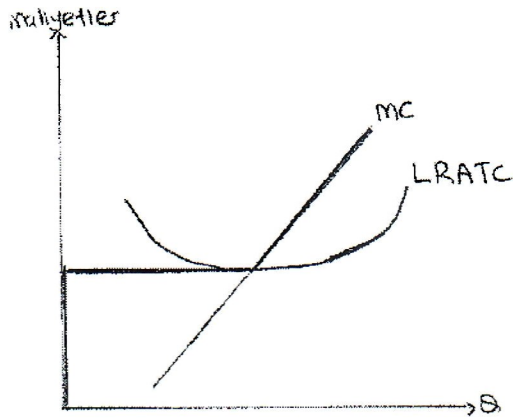
• Her iki tarafı aynı bölersek, firmanın giriş kararını şu şekilde gösterebiliriz: Giriş eğer $P > ATC$

* Kısa Dönem Kapatma Kararı: $P < AVC$

* Uzun Dönem Çıkış Kararı: $P < ATC$

* Giriş Kararı: $P > ATC$

Tam Rekabetteki Firmanın Arz Eğrisi:



⇒ Firmanın LR arz eğrisi: LRATC'nin üzerindeki MC eğrisidir.

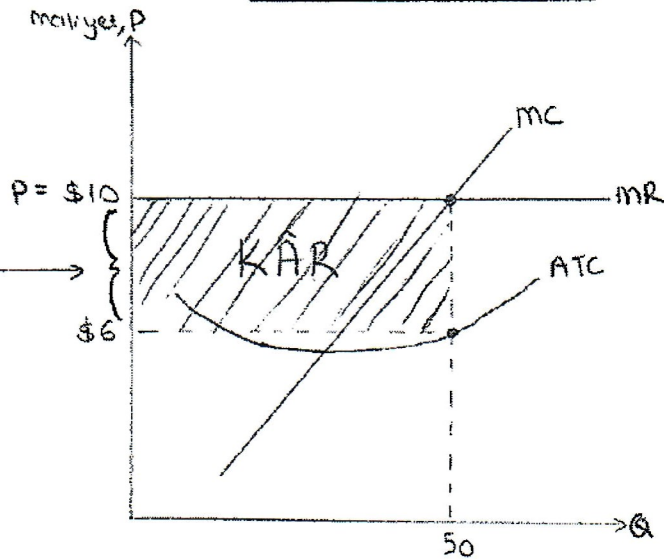
Firmanın Karı

→ Firmanın toplam karını ve toplam karını gösteren alanı bulunuz.

$$\begin{aligned} \text{Birim Başına Kar} &= P - ATC \\ &= \$10 - 6 \\ &= \$4 \\ &\quad \underline{7} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Toplam Kar} &= (P - ATC) \times Q \\ &= \$4 \times 50 \\ &= \$200 \\ &\quad \underline{7} \end{aligned}$$

Tam Rekabetteki Firma

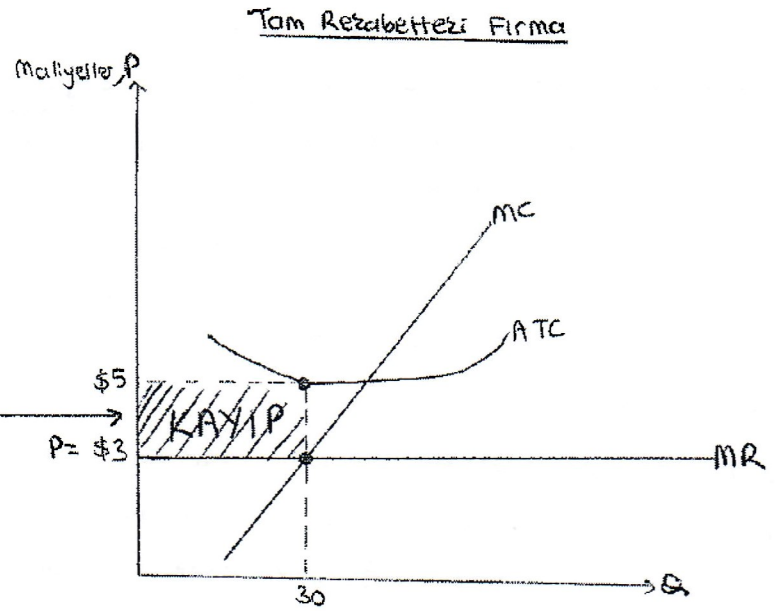


Firmanın Kaybı

→ $AVC < \$3$ varsayarak firmanın toplam kaybını hesaplayınız. Firmanın kaybını gösteren alanı bulunuz.

Birim Başına Kayıp
\$2
7

$$\begin{aligned}\text{Toplam Kayıp} &= (ATC - P) \times Q \\ &= \$2 \times 30 \\ &= \$60 \\ &7\end{aligned}$$

Piyasa Arzı: Varsayımlar

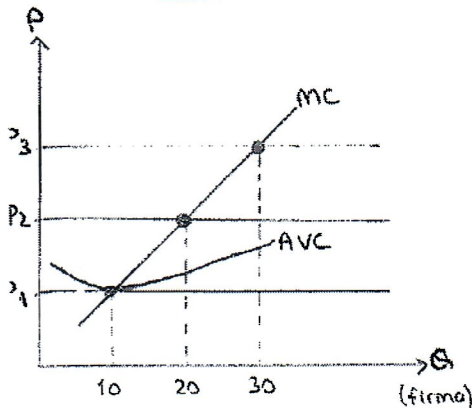
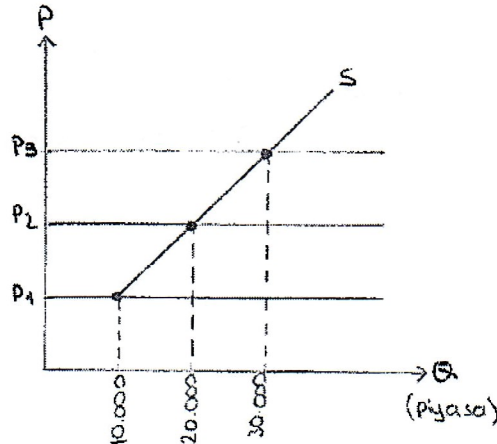
- 1) Bütün firmalar benzer maliyetlere sahiptir.
- 2) Başka firmaların piyasaya girmesi veya çıkması ile herhangi bir firmanın maliyeti değişmez.
- 3) Piyasadaki firmaların sayısı :
 - Kısa dönemde sabit (sabit maliyetten dolayı)
 - Uzun dönemde değişken (piyasaya giriş ve çıkışın serbest olmasından dolayı)

Kısa Dönem SR Piyasa Arz Eğrisi

- $P \geq AVC$ olduğu sürece, $MR = MC$ olduğu yerde, her firma karını maksimize edecek Q üretir.
- Her fiyat için, piyasadaki arzın miktarı, bütün firmaların arz ettiği miktarların toplamına eşittir.

ÖRNEK: 1000 adet benzer firma

Her P için, piyasa $Q^S = 1000 \times (\text{her firmanın } Q^S)$

Bir FirmaPiyasa

Uzun Dönemde Piyasaya Giriş ve Çıkış

- 1) Uzun dönemde, piyasaya giriş ve çıkıştan dolayı firma sayısı değişebilir.
- 2) Eğer piyasada olan firmalar ekonomik kar sağlıyorsa,
 - Yeni firmalar piyasaya giriş yapar, SR piyasa arzı sağa kayar.
 - P düşer, kar azalır ve piyasaya giriş yavaşlar.
- 3) Eğer piyasada olan firmalar kaybediliyorsa,
 - Bazı firmalar piyasadan çıkar, SR piyasa arzı sola kayar.
 - P artar, firmanın kayıpları azalır.

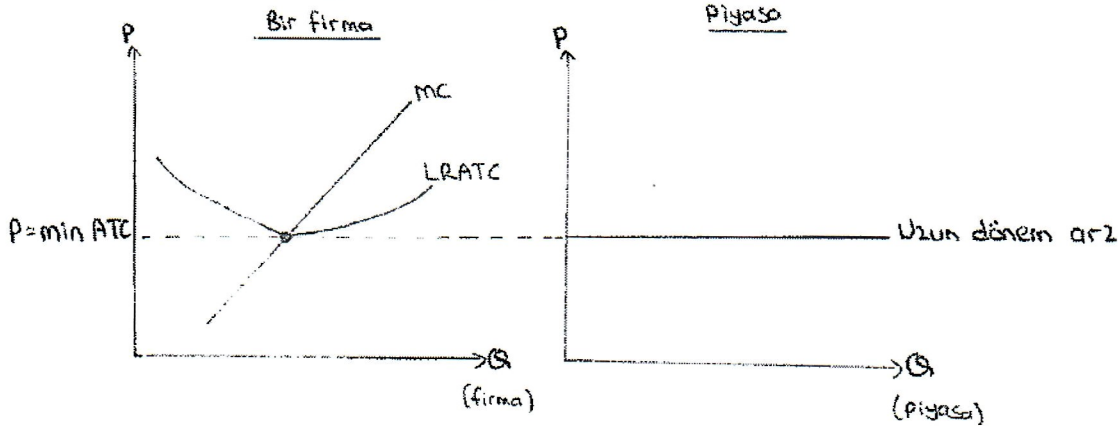
Sıfır - Kar Şartı

- Uzun Dönemdeki Eşitlik : Piyasa giriş çıkışlar tamamlanır. Piyasada kalanların ekonomik karı sıfırdır.
- $P = ATC$ olduğu zaman sıfır ekonomik kar olur.
- Firmalar $P = MR = MC$ olduğu yerde üretim yaparlar, sıfır kar şartı $P = MC = ATC$.
- Hatırlatma: MC ATC'yi ATC'nin minimum olduğu noktada keser.
- Bundan dolayı; uzun dönemde $P = \text{minimum ATC}$.

Eğer Kar = 0 ise Firmalar Neden Hala Piyasadadırlar ?

- Hatırlatma: Ekonomik profit hasılat eksi batın maliyetler. Buna batın maliyetlerde dahildir. Ör: Firma sahibinin zamanının ve parasının fırsat maliyeti.
- "0" kar eşitliğinde;
 - Firmalar maliyetleri karşılayacak yeterli hasılatı kazanırlar.
 - Muhasebe karı pozitiftir.

Uzun Dönem (LR) Piyasa Arz Eğrisi



Uzun dönemde firmalar sıfır-kar edinirler

Uzun dönem piyasa arz eğrisi
 $P = \text{minimum ATC}$ olduğu yerde yatay
 çizgidir.

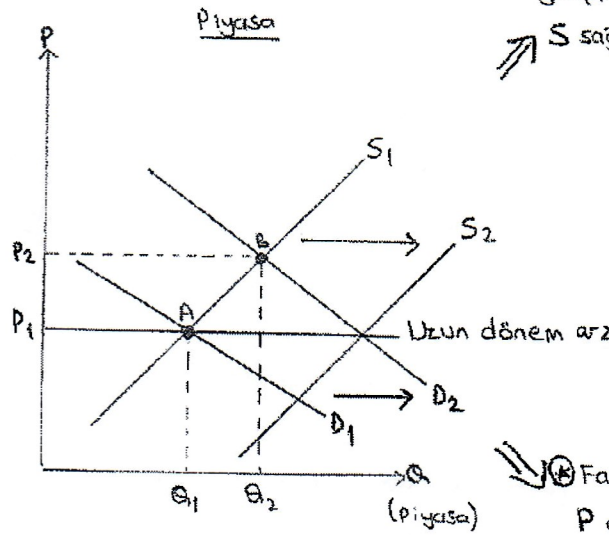
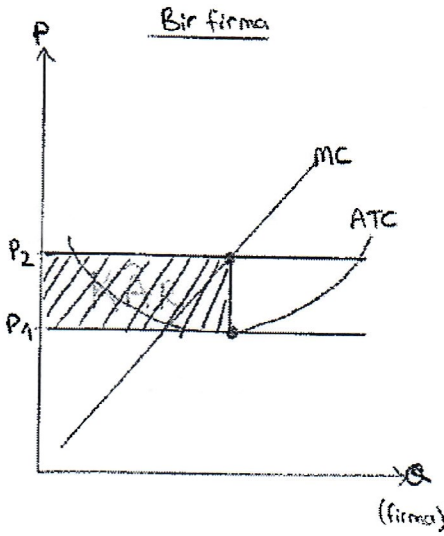
Talepteki Artışın SR ve LR Olan Etkisi

⊗ Kısa dönem için firmalar kar sağlar.

⊗ Kar sıfıra yatar ve LR eşitlik yeniden sağlanır.

⊗ Belli bir zaman sonra, kar firmaların girişine sebep olur.

⇒ Sağa kayar, P düşer.



P = fiyat
D = talep
S = arz

⇒ ⊗ Fakat talepteki artış P artırır.

Neden LR Piyasa Arz Eğrisi Yukarı Doğru Eğimli Olabilir?

- LR piyasa arz eğrisinin yatay olması için ;
 - 1- Bütün firmaların benzer maliyete sahip olması lazım ve,
 - 2- Başta firmaların piyasaya giriş ve çıkış yapması ile maliyetlerin değişmemesi lazım.
- Eğer yukarıdaki varsayımlardan herhangi biri olmazsa, LR arz eğrisi yukarı doğru eğimli olur.

1) Firmalar Farklı Maliyetlere Sahiptirler

- P arttıkça, maliyeti yüksek olan firmalardan önce maliyeti düşük olan firmalar piyasaya girer.
 - Sonrasında P'deki artış yüksek maliyetli firmaların piyasaya girmesini sağlar ve bu da piyasadaki arz miktarını artırır.
 - Bundan dolayı, LR piyasa arz eğrisi yukarı doğru eğimlidir.
 - Herhangi P'de,
- ↳ ⊗ Marjinal firma için, $P = \text{minimum ATC}$ ve $\text{kâr} = 0$

2) Firmalar Piyasaya Girdikçe Maliyetler Artar.

- Bazı alanlarda girdilerin arzı sınırlıdır. (ör: Pirinç üretimi için olan sınırlıdır.)
- Yeni firmaların piyasaya girmesi girdiye olan talebi artırır, bu da fiyatın artmasına sebep olur.
- Bu bütün firmaların maliyetini artırır.
- Bundan dolayı, piyasa arzının artması için P'nin artması gerekir, sonuç olarak arz eğrisi yukarı doğru eğimli olur.

Mikro ve Makro

Mikroekonomi: Hanehalkı ve firmaların nasıl karar verdiklerini ve piyasada birbirleriyle olan ilişkilerini inceler

Makroekonomi: Ekonominin bir bütün olarak incelenmesi, bu ve bağlantılı sorulara cevap bulmaya çalışır.

Gelir ve Harcama

- Gayrisafi Yurtici Hasıla (GSYH) ekonomideki herkesin toplam gelirini ölçer.
- GSYH aynı zamanda mal ve hizmetlerin sonucu ekonomideki toplam harcamayı ölçer.
- Bütün ekonomide bakarsak gelir harcamaya eşittir. Çünkü alıcı tarafından harcanan 1 dolar satıcı için 1 dolar getirdir.

Gayrisafi Yurtici Hasıla (GSYH)

① Belirli bir zaman diliminde ülke içinde üretilen bütün nihai mal ve hizmetlerin piyasa değeridir.

- Mallar piyasa fiyatı ile değerlendirilir.

↳ Bütün mallar aynı birimden değerlendirilir. (Ör: Amerika'da dolar)

↳ Piyasa değeri olmayanlar değerlendirilmez. (Ör: Kendi başınıza yaptığınız ev işleri)

② Belirli bir zaman diliminde ülke içinde üretilen bütün nihai mal ve hizmetlerin piyasa değeridir.

- GSYH somut malları (Ör: DVD, bisiklet, kitap) ve somut olmayan hizmetleri içerir. (Ör: Kuru temizleme, konserler, telefon servisi)

③ Belirli bir zaman diliminde ülke içinde üretilen bütün nihai mal ve hizmetlerin piyasa değeridir.

- Nihai mallar: Diğer malların üretilmesinde kullanılan bileşenler.

- GSYH'da sadece nihai mallar hesaplanır. (Nihai mallar zaten ara malların değerini içerir.)

④ Belirli bir zaman diliminde ülke içinde üretilen bütün nihai mal ve hizmetlerin piyasa değeridir.

- GSYH ülkelerin sınırları içinde üretilen mal ve hizmetlerin değerini ölçer.

⑤ Belirli bir zaman diliminde ülke içinde üretilen bütün nihai mal ve hizmetlerin piyasa değeridir.

- Genellikle 1 yıl veya çeyrek (3 aylık)

Hükümet Harcamaları (G)

• Hükümet tarafından satılan mal ve hizmetlere yapılan harcamadır.

• G (hükümet harcamaları) transfer ödemelerini içermez.

↳ Örneğin: Sosyal güvenlik ödemeleri, işsizlik maaşı

• Çünkü transfer ödemeleri mevcut gelir: yarıdan dağıtır ve bu ödemeler mal ve hizmet karşılığında yapılmaz.

Yatırım (I)

- Gelecekte daha fazla mal üretmek için mevcut mallara olan harcamadır.
- Bu harcamaların içeriği ;
 - ↳ ekipmanlar (ör: makineler)
 - ↳ yapılar (ör: fabrikalar, ofis binaları, ev)
 - ↳ envanterler (ör: üretilmiş fakat daha satılmamış)
- NOT: "Yatırımlar" hisse senedi, fon, stok alımı anlamına gelmez.

Tüketim (C)

- Hanehalkı tarafından mal ve hizmetler için yapılan toplam harcamadır.
- Ev giderleri için ;
 - ↳ Kiracılar için, tüketim kira ödemelerini içerir.
 - ↳ Ev sahibi için, evin kira bedelini içerir. Evin satış fiyatını veya kredi ödemelerini içermez.

GSYH'nin Bileşenleri

- GSYH toplam harcamaya eşittir.
- Dört bileşen vardır.
 - ↳ 1. Tüketim (C)
 - ↳ 2. Yatırım (I)
 - ↳ 3. Hükümet Harcamaları (G)
 - ↳ 4. Net ihracat (NX)
- Bu bileşenlerin toplamı GSYH'ya eşittir. (GSYH (Y))

$$Y = C + I + G + NX$$

Net ihracat (NX)

- $NX = \text{ihracat} - \text{ithalat}$
- ihracat ekonomideki mal ve hizmetler için yabancıların yaptığı harcamayı gösterir.
- ithalat ise C, I ve G'nin içeriğinde olup ülke dışında üretilen mal ve hizmetlere olan harcamayı gösterir.
- Bütün bileşenleri topladığımızda GSYH : $Y = C + I + G + NX$

ÖRNEK: Debbie İstanbul'da ki 1025 bir restoranda \$200 akşam yemeği için harcama yapıyor. (18)

↳ Tüketim ve GSYH \$200 artar

ÖRNEK: Sarah işinde kullanmak için \$1800 a laptop satın alıyor. Laptopun üretim yeri Çin.

↳ Yatırım \$1800 artar, Net ihracat \$1800 azalır, GSYH değişmez.

ÖRNEK: Jane \$1200 a yeni bir bilgisayar alıyor. Aldığı bilgisayar yerli üretim ve geçen yılın modelidir.

↳ GSYH ve Yatırım değişmez, Çünkü bilgisayar geçen yıl üretilmiştir.

ÖRNEK: Petlas \$100 milyon değerinde lastik üretimi yapıyor, ancak tüketiciler \$70 milyon değerinde lastik alıyor.

↳ Tüketim \$70 milyon artar, Envanter yatırımı \$30 milyon artar, GSYH \$100 milyon artar.

Reel ve Nominal GSYH

• Enflasyon ekonomik değişkenleri etkiler. Örneğin GSYH, bundan dolayı iki çeşit GSYH vardır.

Nominal GSYH: Güncel fiyatlarla mal ve hizmetleri değerlendirir.

[Enflasyona] göre dezeltilmemiştir.

Reel GSYH: Mal ve hizmetlerin fiyatları baz alındığı yıla göre değerlendirilir.

[Enflasyona] göre dezeltilmiştir.

ÖR:

YIL	Pizza		Latte	
	P	Q	P	Q
2011	\$10	400	\$2.00	1000
2012	\$11	500	\$2.50	1100
2013	\$12	600	\$3.00	1200

⊛ Nominal GSYH hesaplayınız.

Artış

$$\begin{aligned} 2011 &: \$10 \times 400 + \$2 \times 1000 = \$6000 \\ 2012 &: \$11 \times 500 + \$2.50 \times 1100 = \$8250 \\ 2013 &: \$12 \times 600 + \$3 \times 1200 = \$10800 \end{aligned} \left. \begin{array}{l} \\ \\ \end{array} \right\} \begin{array}{l} 37.5 \% \\ 30.9 \% \end{array}$$

$$100 \times \frac{8250 - 6000}{6000} = 37.5 \%$$

$$100 \times \frac{10800 - 8250}{8250} = 30.9 \%$$

⊛ Reel GSYH hesaplayınız. Baz yılı 2011.

Artış

$$\begin{aligned} 2011 &: \$10 \times 400 + \$2 \times 1000 = \$6000 \\ 2012 &: \$10 \times 500 + \$2 \times 1100 = \$7200 \\ 2013 &: \$10 \times 600 + \$2 \times 1200 = \$8400 \end{aligned} \left. \begin{array}{l} \\ \\ \end{array} \right\} \begin{array}{l} 20.0 \% \\ 16.7 \% \end{array}$$

$$100 \times \frac{7200 - 6000}{6000} = 20.0 \%$$

$$100 \times \frac{8400 - 7200}{7200} = 16.7 \%$$

Yıl	Nominal GSYH	Reel GSYH
2011	\$6000	\$6000
2012	\$8250	\$7200
2013	\$10800	\$8400

37.5%
20.0%
30.8%
16.7%

Her yıl için;

- Nominal GSYH güncel fiyatları kullanılarak hesaplanır.
- Reel GSYH ise baz yılındaki sabit fiyatlar kullanılarak hesaplanır. (Bu örnekte baz yılı 2011)

⊗ Nominal GSYH'deki değişim fiyat ve miktarları yansıtmaktadır.

⊗ Reel GSYH'deki değişim ise fiyatlar sabitken GSYH'deki değişim miktarını gösterir.

↳ Bundan dolayı, reel GSYH'i enflasyona göre düzeltilmiştir.

GSYH Deflatörü

- GSYH deflatörü ekonominin fiyatlar genel düzeyinin ne olduğu yansıtır.

$$\Rightarrow \boxed{\text{GSYH Deflatörü} = 100 \times \frac{\text{nominal GSYH}}{\text{reel GSYH}}} \Leftarrow$$

- Ekonomideki enflasyon oranının ölçülmesindeki bir yöntemde GSYH deflatöründeki bir yıldan bir sonraki yıla olan yüzdelik değişimdir.

Yıl	Nominal GSYH	Reel GSYH	GSYH Deflatörü
2011	\$6000	\$6000	100.0 $\longrightarrow 100 \times (6000/6000) = 100.0$
2012	\$8250	\$7200	114.6 $\longrightarrow 100 \times (8250/7200) = 114.6$
2013	\$10800	\$8400	128.6 $\longrightarrow 100 \times (10800/8400) = 128.6$

2011	100.0	} $100 \times \frac{114.6 - 100}{100} = 14.6\%$
2012	114.6	
2013	128.6	} $100 \times \frac{128.6 - 114.6}{114.6} = 12.2\%$

GSYH Hesaplanması

(20)

	2011 (baz yılı)		2012		2013	
	P	Q	P	Q	P	Q
A malı	\$30	900	\$31	1000	\$36	1050
B malı	\$100	192	\$102	200	\$100	205

A) 2011 yılındaki nominal GSYH : hesaplayınız.

$$2011 : \$30 \times 900 + \$100 \times 192 = \$46200$$

B) 2012 yılındaki reel GSYH i hesaplayınız.

$$2012 : \$30 \times 1000 + \$100 \times 200 = \$50000$$

C) 2013 yılındaki GSYH deflatörünü hesaplayınız.

$$2013 : 100 \times \frac{\text{nominal GSYH}}{\text{reel GSYH}} > 100 \times \left(\frac{\$36 \times 1050 + \$100 \times 205}{\$30 \times 1050 + \$100 \times 205} \right)$$

$$100 \times \frac{37800 + 20500}{31500 + 20500} = 100 \times \frac{58300}{52000} = 112,1$$

GSYH ve Ekonomik Refah

- Kişi başına düşen reel GSYH ülkedeki insanların yaşam standardını ölçen en temel göstergedir.
- Ancak GSYH refah seviyesini ölçmede bazı eksizliklere sahiptir.

GSYH'nin Ölmedikleri:

- 1- Çevrenin kalitesi
- 2- Boş zaman
- 3- Piyasa değeri olmayan aktiviteler (ör: ailenin çocuğunu nasıl besleyeceği)
- 4- Gelirin eşit bir şekilde dağıtılması.

GSYH Neden Önemli O zaman ?

- Yüksek GSYH ye sahip olan ülkeler daha iyi okul, temiz çevre, sağlık sistemi sağlayabilir.
- Kaliteli yaşamdaki birçok göstergeler GSYH ile pozitif ilişkilidir.

ÖZET

- 1- Gayrisafi Yurtici Hasıla (GSYH) ülkedeki toplam gelir ve harcamayı ölçer.
- 2- GSYH nin dört tane harcama bileşeni vardır. Tüketim, Yatırım, Hükümet Harcamaları, Net ihracat
- 3- Nominal GSYH genel fiyatlar kullanılarak hesaplanır.

ÖZET

- 4- Reel GSYH baz yılındaki sabit fiyatlar kullanılarak hesaplanır.
- 5- GSYH maksimum olmasında ülkenin ekonomik refah seviyesini ölçen en temel göstergedir.

İşlenecek Konular

21

- 1- Tüketici fiyat endeksi (TÜFE) nedir? Nasıl hesaplanır? Ne için kullanılır?
- 2- TÜFE ile ilgili olan problemler nelerdir?
- 3- TÜFE'nin GSYH deflatöründen farkları nedir?
- 4- TÜFE kullanarak farklı yıllar için dolar miktarını nasıl karşılaştırabiliriz?
- 5- Faiz oranlarını enflasyona göre nasıl düzenleyebiliriz?

Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE)

- Tüketicilerin yaşam maliyetini ölçer.
- Birçok mal ve hizmetin fiyatını, genel fiyat düzeyini tek bir rakama dönüştürmektedir.

TÜFE Nasıl Hesaplanır?

1- "sepet" in sabitlemesi

İş göç istatistikleri bürosu tipik bir tüketici tarafından satın alınan mal ve hizmetleri içeren sepeti belirler.

2- Fiyatların bulunması

Sepetteki bütün mal ve hizmetlerin fiyatları bulunur.

3- sepetin maliyetinin hesaplanması

Fiyatlar bulunduktan sonra sepetin toplam maliyeti hesaplanır.

4- baz yılı belirlendikten sonra endeks hesaplanır

- Herhangi bir yıldaki TÜFE

$$\Rightarrow 100 \times \frac{\text{güncel yıldaki sepetin maliyeti}}{\text{baz yılındaki sepetin maliyeti}} \Leftarrow$$

5- TÜFE'deki yüzdelik değişime bakarak enflasyon oranı hesaplanır.

$$\text{Enflasyon Oranı} = \frac{\text{TÜFE bu yıl} - \text{TÜFE geçen yıl}}{\text{TÜFE geçen yıl}} \times 100 \%$$

YIL	PİZZANIN FİYATI	LATTENİN FİYATI	SEPETİN MALİYETİ
2010	\$10	\$2.00	$\$10 \times 4 + \$2 \times 10 = \$60$
2011	\$11	\$2.50	$\$11 \times 4 + \$2.5 \times 10 = \$69$
2012	\$12	\$3.00	$\$12 \times 4 + \$3 \times 10 = \$78$

→ Baz yılı

→ Her yıl için TÜFE hesaplayınız. Enflasyon oranı

$$2010 : 100 \times (\$60 / \$60) = 100$$

$$2011 : 100 \times (\$69 / \$60) = 115$$

$$2012 : 100 \times (\$78 / \$60) = 130$$

15 %

13 %

$$\frac{115 - 100}{100} \times 100 = 15\%$$

$$\frac{130 - 115}{115} \times 100 = 13\%$$

ÖRNEK 2

→ TÜFE Sepet: (10 kg et, 20 kg tavuk) 2010 baz yılında TÜFE sepet maliyeti \$120

	ETİN FİYATI	TAVUĞUN FİYATI
2010	\$4	\$4
2011	\$5	\$5
2012	\$9	\$6

A- 2011 yılındaki TÜFE'yi hesaplayınız.

+ 2011 yılındaki TÜFE sepetin maliyeti

$$\hookrightarrow (\$5 \times 10) + (\$5 \times 20) = \$150$$

+ 2011 yılındaki TÜFE

$$\hookrightarrow 100 \times \frac{\text{geçerli yıldaki sepetin maliyeti}}{\text{baz yılındaki sepetin maliyeti}} > 100 \times \frac{\$150}{\$120} = 125$$

B- 2011-2012 yılları arasındaki TÜFE enflasyon oranını hesaplayınız.

+ 2012 yılındaki TÜFE sepet maliyeti

$$\hookrightarrow (\$9 \times 10) + (\$6 \times 20) = \$210$$

+ 2012 yılındaki TÜFE

$$\hookrightarrow 100 \times \frac{210}{120} = 175$$

+ TÜFE enflasyon oranı

$$\hookrightarrow 2011 \text{ TÜFE} : 125$$

$$2012 \text{ TÜFE} : 175$$

$$\rightarrow \frac{\text{TÜFE bu yıl} - \text{TÜFE geçen yıl}}{\text{TÜFE geçen yıl}} \times 100 > \frac{175 - 125}{125} \times 100 = 40\%$$

→ TÜFE Sepet : (10 kg et, 20 kg tavuk) 2010 ve 2011 de hanehalkı bu TÜFE sepetini satın alıyor.

2012 de ise (5 kg et, 25 kg tavuk) satın alıyor.

	ET	TAVUK	TÜFE Sepet Maliyeti
2010	\$4	\$4	\$120
2011	\$5	\$5	\$150
2012	\$9	\$6	\$210

A) 2012 hanehalkı sepetinin maliyetini hesaplayınız.

$$\rightarrow (\$9 \times 5) + (\$6 \times 25) = \$195$$

B) 2011-2012 arasındaki hanehalkı sepet maliyetinin % değişimini hesaplayınız ve TÜFE enflasyon oranı ile karşılaştırınız.

$$\rightarrow \text{Değişim} : \frac{195 - 150}{150} \times 100 = 30\%$$

$$\rightarrow \text{TÜFE enflasyon oranı (bir önceki ÖRNEK 2 de hesaplandı)} = 40\%$$

TÜFE ile ilgili Problemler

A) Yerine Koyma Etkisi

- Zamanla bazı mallardaki fiyatlar daha hızlı artar.
- Tüketiciler fiyatın etkisini azaltmak için, fiyatı daha düşük ikame mallara yönelirler.
- TÜFE sabit bir sepete sahip olduğu için ikame malları hesaplamaz.
- Bundan dolayı TÜFE yaşam maliyetini gereğinden fazla göstermiş olur.

B) Yeni Malların Etkisi

- Yeni malların piyasa girmesi ise çeşitlilik artar ve bu da tüketicilere ihtiyaçlarına daha yakın ürün bulma şansı oluşturur.
- Etkisi, para daha değerli hale gelir.
- TÜFE sabit sepet kullandığından bu etkiyi hesaplayamaz.
- Bundan dolayı TÜFE yaşam maliyetini gereğinden fazla göstermiş olur.

C) Hesaplanmayan Kalitedeki Değişim

- Sepetteki malların kalitesindeki artış, her bir malın değerini artırır.
- Kalitenin hesaplanması zor olduğundan TÜFE hesaplanırken kalitedeki değişimin etkisi tam olarak yansımaz.
- Bundan dolayı TÜFE yaşam maliyetini gereğinden fazla göstermiş olur.

⊗ Enflasyon Oranı (TÜFE) = $100 \times \frac{\text{TÜFE bu yıl} - \text{TÜFE geçen yıl}}{\text{TÜFE geçen yıl}}$

⊗ Enflasyon Oranı (GSYH Deflatörü) = $100 \times \frac{\text{GSYH deflatör bu yıl} - \text{GSYH deflatör geçen yıl}}{\text{GSYH deflatör geçen yıl}}$

TÜFE ve GSYH Deflatörünün Karşılaştırılması ⇒ GOK ÖNEMLİ!

İhtal Tüketici Malları	Sermaye Malları	Sepet
TÜFE de vardır.	TÜFE de yoktur.	TÜFE sabit sepet vardır.
GSYH Deflatöründe yoktur.	GSYH Deflatöründe vardır. (eğer yurt içinde üretilmişse)	GSYH Deflatörü sepetinde ise genel üretilen mal ve hizmetler vardır.

TÜFE ve GSYH Deflatörü

→Aşağıdaki her farklı durumun TÜFE ve GSYH Deflatörü üzerindeki etkisini belirleyiniz.

A- Kahve diğeri kahvenin fiyatını artırır.

↳ TÜFE ve GSYH Deflatörü, her ikisinde artar.

B- Caterpillar Illinois fabrikasında ürettiği traktörün fiyatını artırır.

↳ GSYH Deflatörü artar, TÜFE artmaz.

C- Armani ABD de sattığı İtalyan Jean in fiyatını artırır.

↳ TÜFE artar, GSYH Deflatörü artmaz.

Değişkenlerin Enflasyona Göre Düzeltilmesi

Doların farklı zamanlara göre karşılaştırılması

• Enflasyon doların farklı zamanlardaki miktarını karşılaştırmamızı zorlaştırır.

• Örneğin: Asgari ücret

\$ 1.15 Aralık 1964

\$ 7.25 Aralık 2010

• Asgari ücret Aralık 1964 veya Aralık 2010 da mı daha çok alım gücüne sahiptir?

• Karşılaştırmak için, TÜFE yi kullanıp 1964 seğini 2010 dolarına çeviriniz.

$$\text{Güncel Dolar Miktarı} = T \text{ yılındaki dolar miktarı} \times \frac{\text{Güncel fiyat seviyesi}}{T \text{ yılındaki fiyat seviyesi}}$$

Örneğimizde ; "T yılı" 12/1964 "Güncel" ise 12/2010

Asgari ücret \$ 1.15 T yılında , \$ 7.25 güncel

TÜFE = 31.3 T yılında

TÜFE = 220.3 güncel

$$\begin{array}{l} 1964 \rightarrow 1,15 \\ 2010 \rightarrow 7,25 \end{array} \left\{ \begin{array}{l} \$ 1.15 \times \frac{220.3}{31.3} = \$ 8.09 \end{array} \right. \rightarrow 2010 \text{ dolarıyla } 1964 \text{ yılındaki asgari ücret}$$

Örnek

ABD'deki üniversite harca miktarları		
	1990	2010
Özel 4 yıl	\$ 9340	\$27293
Devlet 4 yıl	\$ 1908	\$7605
Devlet 2 yıl	\$906	\$2713
TÜFE	130.7	218.1

→ 2010 dolar değerinden 1990 harca miktarını ve her üç çeşit okul için yuzdelik değişimi hesaplayınız. Hangi çeşit okulda en fazla reel harca artışı olmuştur.

$$\text{Özel 4 yıl} \left\{ \$ 9340 \times \frac{218.1}{130.7} = \$ 15586 \quad 75.1\%$$

$$\text{Devlet 4 yıl} \left\{ \$ 1908 \times \frac{218.1}{130.7} = \$ 3184 \quad \boxed{138.9\%} \rightarrow \text{en fazla artış}$$

$$\text{Devlet 2 yıl} \left\{ \$ 906 \times \frac{218.1}{130.7} = \$ 1512 \quad 79.4\%$$

↓

Yuzdelik hesaplama

$$\frac{27293 - 15586}{15586} \times 100 = 75.1\%$$

$$\frac{7605 - 3184}{3184} \times 100 = 138.9\%$$

$$\frac{2713 - 1512}{1512} \times 100 = 79.4\%$$

Reel ve Nominal Faiz Oranı

- Nominal faiz oranı

- Enflasyona göre düzeltilmemiş faiz oranı
- Doların değerindeki büyüme oranı.

- Reel faiz oranı

- Enflasyona göre düzeltilmiştir.
- Satın alma gücündeki büyüme oranı.

$$\text{Reel faiz oranı} = (\text{nominal faiz oranı}) - (\text{enflasyon oranı})$$

ÖRNEK

Bir yıl için \$1000 depozit yapılırsa,

Nominal faiz oranı : 9 %

Yıllık enflasyon oranı : 3.5 %

$$\begin{aligned} \text{Reel faiz oranı} &= (\text{nominal faiz oranı}) - (\text{enflasyon oranı}) \\ &= 9.0 \% - 3.5 \% \\ &= 5.5 \% \end{aligned}$$

⊛ 1000 \$ depozitin satın alma gücü 5.5 % artar.

İKTİSAT I

Mustafa HATTAPOĞLU . . .

- 1) Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasasının özelliklerindendir?
A) Piyasada az sayıda satıcı ve alıcının olması
B) Tek ürün
C) firmaların birbirine bağımlı olması
D) Piyasaya serbest giriş ve çıkışın olması
- 2) Firmanın malın satışından elde ettiği toplam para miktarına ne denir?
A) Toplam brüt kar
B) Toplam net kar
C) Toplam hasılat
D) Net hasılat
- 3) Aşağıdakilerden hangisi fırsat maliyetine, aynı zamanda örtük maliyete örnektir?
A) kira ödemesi
B) hammaddenin maliyeti
C) İş sahibinin zamanı
D) Hepsi
- 4) Ortalama sabit maliyet eğrisi
A) sabittir
B) Her zaman aşağı doğru eğimlidir.
C) Marjinal maliyeti ortalama sabit maliyetin minimum olduğu noktada keser.
D) Marjinal maliyeti marjinal maliyetin minimum olduğu noktada keser.
- 5) Marjinal maliyet ortalama maliyetten yüksek olduğu zaman, ortalama maliyet
A) artmaktadır.
B) azalmaktadır.
C) sabittir
D) eğrisinin yönünü yukarıda verilen bilgilere göre belirlenemez.

6) Tablo I

Alıcı	Ödemeye razı olunan miktar (WTP)
David	\$8.50
Laura	\$7.00
Megan	\$5.50
Mallery	\$4.00
Audrey	\$3.50

Tablo I'e göre eğer malın fiyatı \$6.90 ise, bu malı kimler alır?

- A) Hepsı
- B) Megan, Mallery ve Audrey
- C) David, Laura, Megan
- D) David ve Laura

7) Tablo 1 e göre eğer piyasa fiyatı \$5.50 ise, piyasadaki tüketici fazlası ne olur?

- A) \$3.00
- B) \$4.50
- C) \$15.50
- D) \$21.00

8) Mikroekonomi

- A) paranın ekonomiyi nasıl etkilediğini inceler
- B) ev halkı ve firmaların nasıl karar verdiklerini inceler
- C) hükümetin ekonomiyi nasıl etkilediğini inceler
- D) bütün ekonominin nasıl çalıştığını inceler.

9) Üretim faktörlerinin diğer ismi nedir?

- A) girdi
- B) çıktı
- C) mal
- D) servis

10) Ryan yıllık \$7.000 kira verdiği dairede oturmaktadır. Alexis ise yıllık \$14.000 kira getirebilecek olan evinde oturmaktadır. Evde oturma hizmetlerinin GSYH olan katkısını hesaplayınız.

- A) \$21.000
- B) \$14.000
- C) \$7.000
- D) \$0

11) Tylor ve Camille, her ikisi de Oklahoma'da yaşamaktadır. Oklahoma'daki bir araba bayisi, fabrikadan \$18.000 a satın aldığı arabayı Tylor'a \$22.000 a satmıştır. Sonrasında aynı yıl içinde Tylor Camille ye \$17.000 a arabayı satmıştır. Bu işlemler sonucu GSYH deki yıllık artışı hesaplayınız.

- A) \$18.000
- B) \$22.000
- C) \$39.000
- D) \$57.000

12) Ukzten Ülkesinin 2010 daki ekonomisine göre, tüketim \$ 5000, ihracat \$ 100, hükümet harcamaları \$900, ithalat \$200 ve yatırım \$1000. Ukzten in 2010 daki GSYH sini hesaplayınız.

- A) \$6700
- B) \$6800
- C) \$7000
- D) \$7200

13) 2000 yılındaki tüketici fiyat endeksi 92 ve enflasyon oranı 1999-2000 yılları arasında yüzde 13 ise 1999 yılındaki tüketici fiyat endeksi nedir?

- A) 79
- B) 81.4
- C) 103.96
- D) 106

14)

Yıl	Etin fiyatı (kg)	Oyuncağın fiyatı
2004	\$3	\$2
2005	\$1	\$7
2006	\$4	\$5

Tablo 2 Wredington daki tüketicinin sepetini göstermektedir. Bu sepette 20 kg et ve 10 tane oyuncak bulunmaktadır.

Tablo 2'e göre sepetin 2006 yılındaki maliyeti nedir?

- A) \$9
- B) \$130
- C) \$140
- D) \$270

15) Tablo 2'ye göre eğer baz yılı 2004 ise, 2005 yılındaki TÜFE'yi hesaplayınız.

- A) 88.9
- B) 90
- C) 100
- D) 112.5