



Yalta, A. Yasemin ve Yalta, A. Talha, *Modern Mikroekonomiye Giriş*
Ankara: Adres Yayınları, 8. Baskı, Ağustos 2025.

A. Yasemin Yalta
A. Talha Yalta

MODERN
MİKROEKONOMİYE
GİRİŞ



Yalta, A. Yasemin & Yalta, A. Talha
Modern Mikroekonomiye Giriş

Adres Yayınları® / 58

8. Baskı: Ağustos 2025; 1. Baskı: Ağustos 2019

ISBN: 978-975-2500-65-5

© 2025, Adres Yayınları®

Tüm hakları saklıdır. Tamamı veya herhangi bir parçası, hiçbir şekilde fotokopiyle veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz ve dağıtılamaz. Yayınevimiz bunu yapanlar ve buna teşebbüs edenler hakkında kanunî takibat yaptırma hakkına sahiptir.

Bu eserde yer alıp başka kaynaklardan temin edilen tüm görsel malzemelerin telif hakları ve/veya kullanım izinleri alınarak ilgili sayfada görsel malzemenin yanında belirtilmiştir. Kapak fotoğrafları ayrıca belirtilmedikçe Dreamstime.com lisansı altında kullanılmıştır (soldan sağa, yukarıdan aşağıya doğru): © Twins62, Ekaterina Pokrovsky, Nexus7, Şafak Çakır, Japonikus, A. Talha Yalta (kişisel, ©), Ahmet Arıtürk, Algre1, Eivaisla, Tomas1111, Softdreams, Alexan24, Thomas Lenne, Imran Ahmed, Kenishirotie, Xavier Allard, Lowerkase, Antoniodiaz, Seyephoto, Seyephoto, Hakan Yıldırım, Ekkasit919, Taina Sohlman, Evren Kalınbacak.

Yayın Yönetmeni: Emre Turku

İç Tasarım: Emre Turku

Kapak Tasarımı: Mesut Koçak, A. Talha Yalta

Karikatürler: İbrahim Sarı, A. Talha Yalta

Şekiller: A. Talha Yalta, A. Yasemin Yalta

Baskı: Başak Matbaacılık

Adres: Macun Mah. Anadolu Bulvarı, Meka Plaza 5/7, Yenimahalle / Ankara

Telefon: (312) 397 16 17 | Sertifika No: 51529

LiBeRtE
yayıncılık

Adres: GMK Bulvarı No: 108/16, 06570 Maltepe, Ankara

Telefon: (312) 230 87 03 | **Faks:** (312) 230 80 03

E-mail: info@liberte.com.tr | **Web:** www.liberte.com.tr | **Sertifika No:** 52155

Adres Yayınları® Liberte Yayın Grubu'nun tescilli bir markasıdır.

YAZARLAR HAKKINDA

A. Yasemin Yalta & A. Talha Yalta

A. Yasemin Yalta ve *A. Talha Yalta*, lisans öğrenimlerini ODTÜ Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde 1999 yılında tamamladılar. İktisat alanındaki yüksek lisans ve doktora derecelerini ise Fulbright Komisyonu'nun bursuyla gittikleri Fordham Üniversitesi'nden 2002 ve 2007 yıllarında aldılar. Türkiye'ye döndükleri 2007 yılından bu yana A. Yasemin Yalta, Hacettepe Üniversitesi'nde; A. Talha Yalta ise TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi'nde İktisat Bölümü öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Yazarların mikroekonomi, makroekonomi, finans, uluslararası ekonomi ve ekonometri alanlarında çok sayıda bilimsel çalışması; saygınlık derecesi yüksek yabancı dergilerde basılmış onlarca makalesi ve Türkiye Bilimler Akademisi tarafından yayımlanmış olan e-kitap, çeviri ve monografı bulunmaktadır. Yazarlar (birbirleriyle) evli ve iki çocuk sahibidir.

Bu sayfa özellikle boş bırakılmıştır.

Bu kitabı

eğitimimize büyük önem veren ve bizi büyük bir özveriyle yetiştiren

sevgili annelerimiz şükran Urgancı ve Fatma Yalta ile

sevgili babalarımız Ahmet Urgancı ve Hamza Yalta'ya

ithaf ediyoruz.

Bu sayfa özellikle boş bırakılmıştır.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	1	EK: Ayrıntılı Bakış	51
		Özet	56
1. BÖLÜM - GİRİŞ	4	Anahtar Terimler Listesi	56
1.1 Ekonomi Biliminin Konusu	6	Önemli Formüller	57
1.2 Ekonomi Biliminin Yöntemi	7	Gözden Geçirme Soruları	57
1.3 Mikroekonominin Kapsamı	13	Uygulama Soruları	59
1.4 Ekonomideki Temel Karar Alıcılar	16	Çoktan Seçmeli Sorular	63
1.5 Piyasalar ve Piyasa Türleri	17	Yanıtlar	65
EK: Ayrıntılı Bakış	19		
Özet	23	3. BÖLÜM - ESNEKLİK	72
Anahtar Terimler Listesi	23	3.1 Esneklik Kavramı	73
Gözden Geçirme Soruları	24	3.2 Esnekliğin Yorumlanması	76
Uygulama Soruları	26	3.3 Talebin Fiyat Esnekliği	78
Çoktan Seçmeli Sorular	28	3.4 Fiyat Esnekliği ve Toplam Gelir İlişkisi	83
Yanıtlar	29	3.5 Fiyat Esnekliğini Belirleyen Etmenler	85
		3.6 Diğer Önemli Esneklik Türleri	87
2. BÖLÜM - PIYASA DENGESİ	32	EK: Ayrıntılı Bakış	91
2.1 Fiyat Kavramı	33	Özet	94
2.2 Talep	35	Anahtar Terimler Listesi	94
2.3 Talebi Belirleyen Etmenler	38	Önemli Formüller	95
2.4 Arz	42	Gözden Geçirme Soruları	96
2.5 Arzı Belirleyen Etmenler	43	Uygulama Soruları	97
2.6 Piyasa Dengesi	47	Çoktan Seçmeli Sorular	99
2.7 Piyasa Dengesindeki Değişiklikler	49	Yanıtlar	101

4. BÖLÜM - EKONOMİK ETKİNLİK VE DEVLETİN ROLÜ 106

4.1 Ekonomik Etkinlik.....	107
4.2 Tüketici Fazlası.....	110
4.3 Üretici Fazlası.....	112
4.4 Ekonomik Fazla.....	115
4.5 Fiyat ve Miktar Kısıtlamaları.....	117
4.6 Vergilerin Etkileri.....	123
4.7 Ekonomik Etkinlik ve Hakkaniyet.....	128
Özet.....	129
Anahtar Terimler Listesi.....	130
Gözden Geçirme Soruları.....	130
Uygulama Soruları.....	132
Çoktan Seçmeli Sorular.....	135
Yanıtlar.....	137

5. BÖLÜM - TÜKETİM KURAMI 142

5.1 Fayda Kavramı.....	143
5.2 Kayıtsızlık Eğrileri.....	147
5.3 Kayıtsızlık Eğrilerinin Özellikleri.....	149
5.4 Bütçe Doğrusu.....	153
5.5 Tüketici Dengesi.....	155
5.6 Tüketici Dengesindeki Değişiklikler.....	157
5.7 Hanehalkının Çalışma Seçimi.....	162
Özet.....	165
Anahtar Terimler Listesi.....	166
Önemli Formüller.....	166
Gözden Geçirme Soruları.....	167
Uygulama Soruları.....	169
Çoktan Seçmeli Sorular.....	171
Yanıtlar.....	173

6. BÖLÜM - BELİRSİZLİK VE RİSK 178

6.1 Belirsizlik ve Risk Kavramları.....	179
6.2 Belirsizliğin Tüketici Davranışına Etkisi.....	181
6.3 Riskten Korunmak.....	186
6.4 Sigorta Piyasası.....	187
6.5 Belirsizliğin Piyasaya Etkisi.....	190
6.6 İhale Kuramı.....	194
Özet.....	199
Anahtar Terimler Listesi.....	199
Önemli Formüller.....	200
Gözden Geçirme Soruları.....	200
Uygulama Soruları.....	202
Çoktan Seçmeli Sorular.....	204
Yanıtlar.....	206

7. BÖLÜM - ÜRETİM KURAMI 212

7.1 Kâr Kavramı.....	213
7.2 Üretim Süreci.....	216
7.3 Eşürün Eğrileri.....	221
7.4 Eşmaliyet Doğruları.....	225
7.5 Üretici Dengesi.....	227
7.6 Üretici Dengesindeki Değişiklikler.....	229
EK: Ayrıntılı Bakış.....	232
Özet.....	235
Anahtar Terimler Listesi.....	235
Önemli Formüller.....	236
Gözden Geçirme Soruları.....	237
Uygulama Soruları.....	238
Çoktan Seçmeli Sorular.....	240
Yanıtlar.....	242

8. BÖLÜM - ÜRETİM GELİR VE GİDERLERİ 246

8.1 Kısa Dönem ve Uzun Dönem	247
8.2 Kısa Dönemde Giderler	248
8.3 Uzun Dönemde Giderler	254
8.4 Üretim Gelirleri	257
8.5 Kâr Maksimizasyonu	259
Özet	262
Anahtar Terimler Listesi	262
Önemli Formüller	263
Gözden Geçirme Soruları	264
Uygulama Soruları	265
Çoktan Seçmeli Sorular	267
Yanıtlar	269

9. BÖLÜM - TAM REKABET 274

9.1 Tam Rekabet Piyasasının Özellikleri	275
9.2 Tam Rekabette Kısa Dönem Dengesi	277
9.3 Tam Rekabette Kısa Dönem Kâr ve Zarar	281
9.4 Tam Rekabette Kısa Dönem Arz	288
9.5 Tam Rekabette Uzun Dönem Dengesi	289
9.6 Tam Rekabette Uzun Dönem Arz	292
9.7 Tam Rekabet ve Ekonomik Etkinlik	295
Özet	296
Anahtar Terimler Listesi	296
Önemli Formüller	297
Gözden Geçirme Soruları	298
Uygulama Soruları	299
Çoktan Seçmeli Sorular	302
Yanıtlar	304

10. BÖLÜM - TEKEL 310

10.1 Tekel Piyasasının Özellikleri	311
--	-----

10.2 Piyasaya Giriş Engelleri	312
10.3 Tekel Piyasasında Kısa Dönem Dengesi	315
10.4 Tekel Piyasasında Kısa Dönem Kâr ve Zarar	320
10.5 Tekel Piyasasında Uzun Dönem Dengesi	323
10.6 Tekel Piyasası ve Ekonomik Etkinlik	323
10.7 Fiyat Ayrımcılığı	327
10.8 Monopson Piyasası	331
Özet	335
Anahtar Terimler Listesi	335
Önemli Formüller	336
Gözden Geçirme Soruları	336
Uygulama Soruları	338
Çoktan Seçmeli Sorular	340
Yanıtlar	342

11. BÖLÜM - TEKELCİ REKABET 348

11.1 Tekelci Rekabet Piyasasının Özellikleri	349
11.2 Tekelci Rekabette Kısa Dönem Dengesi	351
11.3 Tekelci Rekabette Kısa Dönem Kâr ve Zarar	355
11.4 Tekelci Rekabette Uzun Dönem Dengesi	359
11.5 Tekelci Rekabet ve Ekonomik Etkinlik	361
Özet	365
Anahtar Terimler Listesi	365
Önemli Formüller	366
Gözden Geçirme Soruları	366
Uygulama Soruları	368
Çoktan Seçmeli Sorular	370
Yanıtlar	372

12. BÖLÜM - OLİGOPOL 376

12.1 Oligopol Piyasasının Özellikleri.....	377
12.2 Piyasa Yoğunlaşması	379
12.3 Oligopol Modelleri.....	384
12.4 Oligopol ve Oyun Kuramı.....	389
12.5 Oligopol Piyasası ve Ekonomik Etkinlik	393
Özet.....	394
Anahtar Terimler Listesi.....	394
Gözden Geçirme Soruları	395
Uygulama Soruları.....	397
Çoktan Seçmeli Sorular	399
Yanıtlar.....	401

13. BÖLÜM - FAKTÖR PİYASALARI 406

13.1 Faktör Piyasaları	407
13.2 Emek Talebi	409
13.3 Emek Talebini Belirleyen Etmenler	413
13.4 Emek Arzı	415
13.5 Emek Arzını Belirleyen Etmenler	417
13.6 Emek Piyasası Dengesi	419
13.7 Sermaye Piyasası	421
13.8 Toprak ve Doğal Kaynak Piyasaları	424
13.9 Faktör Piyasasında Kâr Maksimizasyonu	425
EK: Ayrıntılı Bakış	426
Özet.....	430
Anahtar Terimler Listesi.....	430
Önemli Formüller	431
Gözden Geçirme Soruları	431
Uygulama Soruları.....	433
Çoktan Seçmeli Sorular	435
Yanıtlar.....	437

14. BÖLÜM - PİYASA AKSAKLIKLARI 442

14.1 Piyasa Aksaklığı Kavramı	443
14.2 Eksik Rekabetin Piyasaya Etkisi	444
14.3 Dışsallıkların Piyasaya Etkisi	446
14.4 Kamu Mallarının Piyasaya Etkisi	454
14.5 Eksik Bilginin Piyasaya Etkisi	459
Özet.....	462
Anahtar Terimler Listesi	462
Önemli Formüller	463
Gözden Geçirme Soruları	463
Uygulama Soruları.....	465
Çoktan Seçmeli Sorular	467
Yanıtlar.....	469

15. BÖLÜM - GELİR EŞİTSİZLİĞİ 474

15.1 Gelir Eşitsizliğinin Hesaplanması	475
15.2 Gelir Eşitsizliğinin Nedenleri	478
15.3 Gelir Eşitsizliğinin Sonuçları.....	480
15.4 Gelir Eşitsizliğine Yönelik Politikalar	482
15.5 Türkiye’de Gelir Eşitsizliği	486
Özet.....	489
Anahtar Terimler Listesi	489
Gözden Geçirme Soruları	490
Uygulama Soruları.....	491
Çoktan Seçmeli Sorular	493
Yanıtlar.....	494

MİKROEKONOMİ TERİMLERİ 498

KAYNAKÇA 516

DİZİN 522

ŞEKİL LİSTESİ

BÖLÜM 1 – GİRİŞ

Şekil 1.1: Üretim olanakları eğrisi..	9
Şekil 1.2: Üretim olanakları eğrisinin değişmesi	11
Şekil 1.3: Üretim olanakları eğrisinin bir ekseninde daha fazla değişmesi	12
Şekil 1.4: Piyasalarda karar alıcılar arasındaki döngüsel akım..	18
Şekil 1.5: İki değişken arasındaki doğrusal ilişki	20
Şekil 1.6: İki değişken arasındaki doğrusal olmayan ilişki	22

BÖLÜM 2 – PİYASA DENGESİ

Şekil 2.1: Bireysel talep eğrisi	36
Şekil 2.2: Bireysel eğrilerden piyasa talep eğrisinin elde edilmesi	38
Şekil 2.3: Talebin değişmesi.	41
Şekil 2.4: Bireysel arz eğrisi..	43
Şekil 2.5: Bireysel eğrilerden piyasa arz eğrisinin elde edilmesi	44
Şekil 2.6: Arzın değişmesi	46
Şekil 2.7: Piyasa dengesinin bulunması	48
Şekil 2.8: Piyasanın kendisini dengelemesi	48
Şekil 2.9: Talebin değişmesinin piyasaya etkisi	49
Şekil 2.10: Arzın değişmesinin piyasaya etkisi.	50

BÖLÜM 3 – ESNEKLİK

Şekil 3.1: Doğrusal talep eğrisi	79
Şekil 3.2: Doğru üzerinde esnekliğin değişmesi..	80
Şekil 3.3: Fiyata göre katı ve esnek talep eğrileri	82
Şekil 3.4: Fiyata göre tam katı ve tam esnek talep eğrileri.	83
Şekil 3.5: Doğrusal talep eğrisi üzerinde nokta esnekliğinin hesaplanması	93

BÖLÜM 4 – EKONOMİK ETKİNLİK VE DEVLETİN ROLÜ

Şekil 4.1: Tüketici fazlasının bulunması	111
Şekil 4.2: Talep eğrisi ve tüketici fazlası	111
Şekil 4.3: Tüketici fazlasının değişmesi	112
Şekil 4.4: Üretici fazlasının bulunması	113
Şekil 4.5: Arz eğrisi ve üretici fazlası	114
Şekil 4.6: Üretici fazlasının değişmesi	114
Şekil 4.7: Piyasa dengesi ve ekonomik fazla	115
Şekil 4.8: Tavan fiyat uygulaması	118
Şekil 4.9: Tavan fiyat ve ekonomik etkinlik	119
Şekil 4.10: Taban fiyat uygulaması	120
Şekil 4.11: Taban fiyat ve ekonomik etkinlik	121
Şekil 4.12: Miktar kısıtlaması ve ekonomik etkinlik	123
Şekil 4.13: Talep ve arz katı iken verginin piyasaya etkisi	124
Şekil 4.14: Talep esnek, arz katı iken verginin piyasaya etkisi	125
Şekil 4.15: Talep katı, arz esnek iken verginin piyasaya etkisi	126
Şekil 4.16: Talep ve arz esnek iken verginin piyasaya etkisi	127

BÖLÜM 5 – TÜKETİM KURAMI

Şekil 5.1: Toplam fayda eğrisi ve marjinal fayda eğrisi	146
Şekil 5.2: Kayıtsızlık eğrileri	148
Şekil 5.3: Kayıtsızlık eğrilerinin kesişmeme özelliği	150
Şekil 5.4: Kayıtsızlık eğrilerinin dışbükeylik özelliği	151
Şekil 5.5: Tam ikame ve tam tamamlayıcı mallar için kayıtsızlık eğrileri	152
Şekil 5.6: Bütçe doğrusu	154
Şekil 5.7: Tüketici dengesinin bulunması	155
Şekil 5.8: Gelirin değişmesinin tüketici dengesine etkisi	158
Şekil 5.9: Kayıtsızlık eğrilerinden gelir-tüketim eğrisinin elde edilmesi	159
Şekil 5.10: Gelirin artmasının düşük mal tüketimine etkisi	160
Şekil 5.11: Kayıtsızlık eğrilerinden bireysel talep eğrisinin elde edilmesi	162
Şekil 5.12: Hanehalkının çalışma-çalışmama seçimi	163
Şekil 5.13: Kayıtsızlık eğrilerinden bireysel emek arz eğrisinin elde edilmesi	164

BÖLÜM 6 – BELİRSİZLİK VE RİSK

Şekil 6.1: Risk algısının fayda fonksiyonuna etkisi	185
Şekil 6.2: Belirsizliğin talebi ve tüketici fazlasını azaltması	191
Şekil 6.3: Belirsizliğin arzı ve üretici fazlasını azaltması	192
Şekil 6.4: Belirsizliğin ekonomik fazlayı azaltması	193

BÖLÜM 7 – ÜRETİM KURAMI

Şekil 7.1: Toplam ürün eğrisi	219
Şekil 7.2: Ortalama ürün eğrisi ve marjinal ürün eğrisi	219
Şekil 7.3: Eşürün eğrisi	221
Şekil 7.4: Eşürün haritası	223
Şekil 7.5: Eşürün eğrilerinin kesişmeme özelliği	223
Şekil 7.6: Eşürün eğrilerinin dışbükeylik özelliği	224
Şekil 7.7: Tam ikame ve tam tamamlayıcı girdiler için eşürün eğrileri	225
Şekil 7.8: Eşmaliyet doğrusu	227
Şekil 7.9: Üretici dengesinin bulunması	228
Şekil 7.10: Faktör miktarlarının değişmesinin üretici dengesine etkisi	230
Şekil 7.11: Eşürün eğrilerinden firmanın genişleme yolunun elde edilmesi	230

BÖLÜM 8 – ÜRETİM GELİR VE GİDERLERİ

Şekil 8.1: Sabit gider, değişken gider ve toplam gider eğrileri	250
Şekil 8.2: Ortalama gider eğrisi ve marjinal gider eğrisi	252
Şekil 8.3: Ürün eğrileri ile gider eğrileri arasındaki ilişki	254
Şekil 8.4: Uzun dönem ortalama gider eğrisi	255
Şekil 8.5: Ölçek ekonomisinin ortalama gidere etkisi	256
Şekil 8.6: Toplam gelir ve marjinal gelir	258

BÖLÜM 9 – TAM REKABET

Şekil 9.1: Tam rekabet piyasasında tekil firmanın ürününe olan talep	278
Şekil 9.2: Tam rekabet piyasasında fiyat ve miktar dengesi	281
Şekil 9.3: Pozitif ekonomik kâr elde eden tam rekabetçi firma	283
Şekil 9.4: Başabaş durumdaki tam rekabetçi firma	284
Şekil 9.5: Faaliyet kârı elde eden tam rekabetçi firma	286
Şekil 9.6: Faaliyet zararı elde eden tam rekabetçi firma	287
Şekil 9.7: Tam rekabetçi firmanın kısa dönem arz eğrisi	288

Şekil 9.8: Tam rekabette piyasaya girişler ve uzun dönem dengesi	290
Şekil 9.9: Tam rekabette piyasadan çıkışlar ve uzun dönem dengesi	291
Şekil 9.10: Artan gider endüstrisi ve pozitif eğimli uzun dönem arz eğrisi	292
Şekil 9.11: Azalan gider endüstrisi ve negatif eğimli uzun dönem arz eğrisi	293
Şekil 9.12: Sabit gider endüstrisi ve yatay uzun dönem arz eğrisi	294

BÖLÜM 10 – TEKEL

Şekil 10.1: Tekelci firmanın talep eğrisi ve marjinal gelir eğrisi	316
Şekil 10.2: Tekelci firmanın marjinal gelir eğrisi ve toplam gelir eğrisi	317
Şekil 10.3: Tekel piyasasında fiyat ve miktar dengesi	319
Şekil 10.4: Pozitif ekonomik kâr elde eden tekolci firma	320
Şekil 10.5: Başabaş durumdaki tekolci firma	321
Şekil 10.6: Negatif ekonomik kâr elde eden tekolci firma	322
Şekil 10.7: Tekel ve tam rekabet piyasalarının karşılaştırılması	324
Şekil 10.8: Tekel piyasasında ekonomik etkinlik	326
Şekil 10.9: Birinci derece fiyat ayırmcılığı	328
Şekil 10.10: İkinci derece fiyat ayırmcılığı	329
Şekil 10.11: Üçüncü derece fiyat ayırmcılığı	330
Şekil 10.12: Monopson piyasasında fiyat ve miktar dengesi	332
Şekil 10.13: Monopson piyasasında ekonomik etkinlik	333

BÖLÜM 11 – TEKELCİ REKABET

Şekil 11.1: Tam rekabet, tekol ve tekolci rekabette talebin fiyat esnekliği	352
Şekil 11.2: Tekolci rekabet firmasının talep eğrisi ve marjinal gelir eğrisi	353
Şekil 11.3: Tekolci rekabet piyasasında fiyat ve miktar dengesi	355
Şekil 11.4: Pozitif ekonomik kâr elde eden tekolci rekabet firması	356
Şekil 11.5: Başabaş durumdaki tekolci rekabet firması	357
Şekil 11.6: Negatif ekonomik kâr elde eden tekolci rekabet firması	359
Şekil 11.7: Tekolci rekabette piyasaya girişler ve uzun dönem dengesi	360
Şekil 11.8: Tekolci rekabette piyasadan çıkışlar ve uzun dönem dengesi	361
Şekil 11.9: Tekolci rekabet ve tam rekabet piyasalarının karşılaştırılması	362
Şekil 11.10: Tekolci rekabet piyasasında ekonomik etkinlik	363
Şekil 11.11: Tekolci rekabet ve tekol piyasalarının karşılaştırılması	364

BÖLÜM 12 – OLİGOPOL

Şekil 12.1: Cournot duopol modeli	385
Şekil 12.2: Dirsekli talep eğrisi modeli.	387
Şekil 12.3: Ödenti matrisi.	390
Şekil 12.4: Nash dengesinin bulunması	391

BÖLÜM 13 – FAKTÖR PİYASALARI

Şekil 13.1: Emeğin marjinal ürün geliri eğrisi.	411
Şekil 13.2: Bireysel eğrilerden piyasa emek talebi eğrisinin elde edilmesi.	412
Şekil 13.3: Emek talebinin değişmesi	415
Şekil 13.4: Piyasa emek arz eğrisi	416
Şekil 13.5: Emek arzının değişmesi	418
Şekil 13.6: Emek piyasası dengesinin bulunması.	419
Şekil 13.7: Emek talebinin değişmesinin emek piyasasına etkisi.	420
Şekil 13.8: Emek arzının değişmesinin emek piyasasına etkisi	421
Şekil 13.9: Sermaye piyasası dengesinin bulunması	423
Şekil 13.10: Toprak piyasası dengesinin bulunması	425
Şekil 13.11: Ürün piyasasındaki tekelci firmanın emek piyasası dengesi	428
Şekil 13.12: Faktör piyasasındaki monopsoncu firmanın emek piyasası dengesi	429

BÖLÜM 14 – PİYASA AKSAKLIKLARI

Şekil 14.1: Üretimde negatif dışsallık ve ekonomik etkinlik	448
Şekil 14.2: Üretimde pozitif dışsallık ve ekonomik etkinlik	449
Şekil 14.3: Tüketimde pozitif dışsallık ve ekonomik etkinlik	450
Şekil 14.4: Tüketimde negatif dışsallık ve ekonomik etkinlik	451
Şekil 14.5: Üretimde negatif dışsallık durumunda verginin etkisi.	453
Şekil 14.6: Ekonomideki dört temel mal türü.	455
Şekil 14.7: Kamu malı için piyasa talep eğrisinin elde edilmesi	457
Şekil 14.8: Kamu malı için en iyi miktar dengesinin bulunması	458

BÖLÜM 15 – GELİR EŞİTSİZLİĞİ

Şekil 15.1: Lorenz Eğrisi	477
Şekil 15.2: Türkiye’de Lorenz eğrisi.	487
Şekil 15.3: Türkiye’de Gini katsayısının gelişimi	487
Şekil 15.4: Türkiye’de göreceli yoksulluk oranının gelişimi.	488

Bu sayfa özellikle boş bırakılmıştır.

ÇİZELGE LİSTESİ

BÖLÜM 1 – GİRİŞ

Çizelge 1.1: Varsayımsal bir firmaya ait üretim olanakları	8
Çizelge 1.2: İki değişken arasındaki pozitif yönlü ilişki.	20

BÖLÜM 2 – PİYASA DENGESİ

Çizelge 2.1: Varsayımsal bir hanehalkının zeytinyağı talebi.	35
Çizelge 2.2: Varsayımsal bir firmanın zeytinyağı arzı	42

BÖLÜM 3 – ESNEKLİK

Çizelge 3.1: Varsayımsal sınav notlarının çalışma süresi ile ilişkisi	74
Çizelge 3.2: Varsayımsal konaklama talebi	79

BÖLÜM 4 – EKONOMİK ETKİNLİK VE DEVLETİN ROLÜ

Çizelge 4.1: Varsayımsal alıcıların razı olduğu fiyatlar ve piyasa fiyatı	110
Çizelge 4.2: Varsayımsal satıcıların razı olduğu fiyatlar ve piyasa fiyatı.	113

BÖLÜM 5 – TÜKETİM KURAMI

Çizelge 5.1: Toplam fayda ve marjinal fayda ilişkisi	145
Çizelge 5.2: Varsayımsal bir tüketicinin ürün tercihleri	147
Çizelge 5.3: Varsayımsal bir tüketicinin satın alabileceği ürünler.	154

BÖLÜM 6 – BELİRSİZLİK VE RİSK

Çizelge 6.1: Varsayımsal işlere ait getiriler ve bunların olasılıkları.	182
Çizelge 6.2: Varsayımsal tüketicilere ait gelir ve toplam fayda	183
Çizelge 6.3: Varsayımsal tüketicilere ait toplam fayda ve marjinal fayda	185
Çizelge 6.4: Varsayımsal gelir ve toplam fayda ilişkisi.	188

BÖLÜM 7 – ÜRETİM KURAMI

Çizelge 7.1: Varsayımsal bir firmanın açık ve örtük giderleri	215
Çizelge 7.2: Emeğin ortalama ürünü ve marjinal ürünü arasındaki ilişki	218

Çizelge 7.3: Aynı çıktıyı veren varsayımsal emek-sermaye bileşenleri.	221
Çizelge 7.4: Aynı toplam gideri veren varsayımsal emek-sermaye bileşenleri	226

BÖLÜM 8 – ÜRETİM GELİR VE GİDERLERİ

Çizelge 8.1: Varsayımsal bir firmaya ait sabit, değişken ve toplam giderler.	249
Çizelge 8.2: Varsayımsal bir firmaya ait toplam, ortalama ve marjinal giderler	251
Çizelge 8.3: Varsayımsal emek miktarı ve ürün-gider ilişkisi	254
Çizelge 8.4: Varsayımsal bir firmanın toplam geliri ve marjinal geliri	258
Çizelge 8.5: Varsayımsal bir firmanın marjinal geliri ve marjinal gideri	260

BÖLÜM 9 – TAM REKABET

Çizelge 9.1: Varsayımsal buğday üreticisinin toplam geliri ve marjinal geliri....	279
Çizelge 9.2: Varsayımsal buğday üreticisinin gelir ve gider bilgileri	280
Çizelge 9.3: Dengede başabaş olan varsayımsal üreticinin gelir ve giderleri....	284
Çizelge 9.4: Dengede faaliyet kârı elde eden varsayımsal üreticinin gelir ve giderleri....	285
Çizelge 9.5: Dengede faaliyet zararı elde eden varsayımsal üreticinin gelir ve giderleri	287

BÖLÜM 10 – TEKEL

Çizelge 10.1: Varsayımsal tekелcinin toplam geliri ve marjinal geliri....	316
Çizelge 10.2: Varsayımsal tekелcinin gelir, gider ve kâr bilgileri.	319

BÖLÜM 11 – TEKELCİ REKABET

Çizelge 11.1: Varsayımsal tekелci rekabet firmasının toplam geliri ve marjinal geliri	352
Çizelge 11.2: Varsayımsal tekелci rekabet firmasının gelir, gider ve kâr bilgileri	354
Çizelge 11.3: Dengede başabaş olan varsayımsal tekелci rekabet firmasının gelir ve giderleri .	357
Çizelge 11.4: Dengede zarar eden varsayımsal tekелci rekabet firmasının gelir ve giderleri	358

BÖLÜM 12 – OLİGOPOL

Çizelge 12.1: Varsayımsal bir piyasada firmaların pazar payları	380
Çizelge 12.2: <i>HHI</i> ve <i>CR</i> değerlerine göre piyasa yapılarının karşılaştırılması	381
Çizelge 12.3: Rekabet Kurumu'nun şirket birleşme ve devralmalarına yaklaşımı.	382

BÖLÜM 13 – FAKTÖR PİYASALARI

Çizelge 13.1: Varsayımsal emek miktarı ve emeğin marjinal ürün geliri ilişkisi	411
Çizelge 13.2: Varsayımsal emek piyasasında ücret ve emek arzı ilişkisi.	416
Çizelge 13.3: Varsayımsal sermaye talebi ve sermaye arzı ilişkisi	423
Çizelge 13.4: Varsayımsal toprak talebi ve toprak arzı ilişkisi	425

BÖLÜM 14 – PİYASA AKSAKLILARI

Çizelge 14.1: Dışsalılıkların piyasa dengesine etkisi.	451
Çizelge 14.2: Varsayımsal hanehalklarının çöp toplama hizmeti talebi	456
Çizelge 14.3: Varsayımsal belediyenin çöp toplama hizmeti arzı.. . . .	457

BÖLÜM 15 – GELİR EŞİTSİZLİĞİ

Çizelge 15.1: Varsayımsal bir ülkede yüzde 20'lik nüfus dilimlerinin gelir payı.	476
--	-----

Bu sayfa özellikle boş bırakılmıştır.

KUTU LİSTESİ

BÖLÜM 1 – GİRİŞ

Kutu 1.1: Alfred Marshall (1842-1924) 15

BÖLÜM 2 – PİYASA DENGESİ

Kutu 2.1: Ekonomi Simgelenimi 35

Kutu 2.2: Giffen Malı ve Veblen Malı..... 37

BÖLÜM 3 – ESNEKLİK

Kutu 3.1: Türkiye’de Bazı Gıda Ürünlerinin Fiyat Esnekliği 86

Kutu 3.2: Engel Yasası 88

BÖLÜM 4 – EKONOMİK ETKİNLİK VE DEVLETİN ROLÜ

Kutu 4.1: Ekonomik Etkinlik ve Toplumsal Refah 109

BÖLÜM 5 – TÜKETİM KURAMI

Kutu 5.1: Değer Çelişkisi..... 146

Kutu 5.2: Davranışsal Ekonomi 157

BÖLÜM 7 – ÜRETİM KURAMI

Kutu 7.1: Ekonomi İç Karartıcı Bir Bilim mi? 220

BÖLÜM 9 – TAM REKABET

Kutu 9.1: Çevremizdeki Tektip Ürünler 277

BÖLÜM 12 – OLİGOPOL

Kutu 12.1: Türkiye’de Bazı Piyasalardaki Yoğunlaşma Oranı 383

BÖLÜM 13 – FAKTÖR PİYASALARI

Kutu 13.1: Endüstri 4.0 İnsanları İşsiz mi Bırakacak?..... 414

BÖLÜM 14 – PİYASA AKSAKLIKLARI

Kutu 14.1: Asil-Vekil Sorunu 460

BÖLÜM 15 – GELİR EŞİTSİZLİĞİ

Kutu 15.1: Mikrofinans ve Mikrokredi 485



ÖNSÖZ

Modern Mikroekonomiye Giriş ve Modern Makroekonomiye Giriş kitaplarımızı yazarken siz değerli Hocalarımıza ve öğrencilerimize yararlı olabilmeyi arzulamıştık. Gösterdiğiniz ilgi ve beğeni bizi çok sevindirdi. İlk baskısı 2019 Eylül ayında çıkan kitapların Ekim sonunda ikinci baskıları ve 2020 yılında da üçüncü baskıları yapıldı. Her iki kitap kısa süre içinde Türkiye'deki tüm üniversitelerde yüzden fazla meslektaşımız tarafından aktif şekilde okutulmaya başladı.

Kitaplarımızın gördüğü takdir ve beğenin asıl nedeninin yıllarca büyük emek harcayarak hazırladığımız modern ve anlaşılması kolay içerik olduğunu biliyoruz. Ancak önemli bir diğer etmenin de yalnızca kuram ve formüller anlatmakla kalmayıp, bunlarla öğrencilerin merak ettiği güncel sorulara da yanıt aramamız olduğunu düşünüyoruz. İktisada giriş dersinin çoğu üniversite öğrencisinin eğitim yaşamı boyunca göreceği tek ekonomi dersi olduğunun farkındayız. Dolayısıyla gençlere *ekonomiyi* öğreten bir kitap yazarak ülkemize ve mesleğimize hizmet edebildiğimiz için büyük mutluluk duyuyoruz.

Bu düşünceler ışığında 4. Baskı için daha da çok çalışarak sizlere kusursuza yakın bir kitap sunmayı hedefledik. Bunun için ilk önce tüm bölümleri dikkatlice gözden geçirdik. Daha sonra bu konudaki akademik tartışmaları da dikkate alarak daha güncel, daha kapsamlı, anlaşılması daha kolay ve her yönden daha da iyileştirilmiş bir içerik hazırladık. Kitabımızın bu baskısında yeni eklediğimiz açıklamaları, bilgi kutularını, çözümlü soruları, haber analizlerini ve onlarca yeni ekonomi terimini yararlı bulacağınızı düşünüyoruz. Özellikle de *Belirsizlik* ve *Risk* başlıklı yeni 6. Bölümü beğeneceğinizi umuyoruz. Belirsizlik ve risk, içinde yaşadığımız modern dünyanın temel özelliklerindendir. Yine, bu yeni bölümde ele aldığımız ihale kuramı da öğrencilerin ufkunu açacak oldukça yararlı bilgiler sunmaktadır. Dolayısıyla bu önemli konuların iktisada giriş ders içeriğine katkı sağlayacağına inanıyoruz.

Destek ve önerileri için Eray Cumbul, Aykut Ekinci, Cumali Erdemil, Emre Ergin, Adem Kalça, Nurşen Karasu, İsmail Sağlam, Selahattin Toğay, Emre Turku ve Özlem Çağlar-Yılmaz'a teşekkür borçluyuz. Kitabımızın tüm Türkiye'deki üniversite öğrencileri, kurum sınavlarına hazırlanan adaylar, akademisyen arkadaşlarımız ve ekonomi öğrenmek isteyen herkes için yararlı olmasını dileriz.

A. Yasemin Yalta & A. Talha Yalta

Bu sayfa özellikle boş bırakılmıştır.

1

GİRİŞ

Bu bölüm sizi aşağıdaki konularda bilgi sahibi yapacak

- Ekonomi biliminin konusu
- Ekonomi biliminin yöntemi
- Mikroekonominin kapsamı
- Ekonomideki temel karar alıcılar
- Piyasalar ve piyasa türleri





içinde yaşadığımız toplumun ne kadar büyük ve karmaşık olduğunu hiç düşündünüz mü? Türkiye’de her sabah 30 milyondan fazla kişi uyanıp işe gidiyor. Esnaf, memur, doktor, mühendis, çiftçi, işçi... Herkesin gittiği belli bir yer ve yaptığı belli bir iş var. Bu insanlar her yıl trilyonlarca lira değerinde mal ve hizmet üretiyor. Sayısız çeşitteki bu ürünlerin hepsinin bir alıcısı var. Üstelik bu alıcılar yalnız Türkiye’de değil, dünyanın dört bir yanında yaşayan insanlardan oluşuyor. Dahası, tüm bu süreç içinde devlet de aktif şekilde yer alıyor. Vergiler, teşvikler, düzenlemeler ve denetlemelerle ekonomiye yön veriyor.

Böyle gelişmiş bir toplumun üyesi olmasaydık yaşamımız kesinlikle çok daha zor olurdu. Bu yüzden hepimiz şanslıyız. Ancak bu düzene ayak uydurabilmek de pek kolay değil. Bunun için her şeyden önce ekonomiyi anlamak gerek. Piyasaların nasıl çalıştığını, fiyatların nasıl belirlendiğini, üretim girdi ve maliyetlerini, tüketici tercihlerini, firma davranışlarını, devletin rolünü ve etkilerini bilmelisiniz. Kısaca modern dünyayı anlayabilmek, yaşamınızla ilgili doğru kararlar verebilmek ve bilinçli bir seçmen olmak için temel mikroekonomi kavramlarını öğrenmek zorundasınız.

Neyse ki ekonomi bilimi var. 250 yıllık bilgi birikimiyle toplumun işleyişine ışık tutuyor. Bu değerli kaynağı kullanmaya ekonominin tanımını yaparak başlayacağız. Daha sonra ekonominin yöntemini açıklayacak, mikroekonomi ve makroekonomi ayrımından söz edecek ve ekonominin temel bileşenlerini göreceğiz. Piyasa kavramını anlattıktan sonra kitapta kullanacağımız bazı temel matematiksel araçları gözden geçirerek bu ilk bölümü bitireceğiz.

1.1 Ekonomi Biliminin Konusu

Ekonomi (economics) ya da diğer adıyla **iktisat**, birey ve toplumların geniş istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için ellerindeki sınırlı kaynakları nasıl kullandığını araştıran bilim dalıdır. Diğer bir deyişle ekonomi, insanların nasıl seçim yaptığını ve bu seçimlerin sonuçlarını araştıran bilim dalıdır.

Günlük yaşamınızda yapmak ve elde etmek istediğiniz şeyleri bir düşünün. İyi bir eğitim almak, güzel giyinmek, eğlenmek, aile ve arkadaşlarınıza zaman ayırmak istiyorsunuz. Tüm bunları yapabilmek ise gelir, fiyatlar ve zaman gibi kısıtlara bağlıdır. Her istediğimizi aynı anda yapmak mümkün olmadığına göre, sınırlı kaynaklarımızı dikkate alarak tercihler yaparız. Yüksek bir gelire sahip olsak bile bu zorunluluk ortadan kalkmaz. Örnek olarak, zengin bir iş insanı da hafta sonu ailesine zaman ayırmak ya da önemli bir toplantıya katılmak arasında seçim yapmak zorunda kalabilir.

Bireyler için olduğu kadar toplumlar için de kaynakları doğru kullanmak önemlidir. Her toplum kaliteli bir eğitim, sağlık ve sosyal güvenlik sisteminin olmasını ister. Modern bir ulaştırma ve haberleşme altyapısına, güçlü bir orduya sahip olmayı arzular. Yine her toplum bilim ve teknolojiye ilerlemeyi, bireylerini iş sahibi yapmayı ve milli gelirini yükseltmeyi amaçlar. Tüm bunları yaparken de çevreyi korumayı, gelir dağılımı adaletini sağlamayı ve yoksulluğu önlemeyi hedefler.

Yukarıda saydıklarımızın tümünü aynı anda yapmak kaynakların sınırlı olması nedeniyle olanaksızdır. Bu yüzden kişi ve toplumlar hangi gereksinimlerini karşılamak istediklerine yönelik seçimler yapar. Çeşitli alternatifler arasında seçim yapma zorunluluğu ise her seçimin bir fırsat maliyetinin olacağı anlamına gelir. Ekonomideki en önemli kavramlardan biri olan **fırsat maliyeti** (opportunity cost), bir tercih yapılması sonucunda diğer en iyi seçenekten vazgeçmenin maliyetine denir. Örnek olarak, biriktirdiğiniz parayla yazın bir kültür gezisine çıkmak ya da yeni bir cep telefonu almak arasında seçim yapacağınızı düşünelim. Burada eğer geziye çıkacak olursanız bunun fırsat maliyeti, vazgeçilen cep telefonu ve beraberinde gelecek medya ve iletişim özellikleridir. Cep telefonunu seçmeniz durumunda ise fırsat maliyeti, kültür gezisi ve bunun sağlayacağı bilgi ve eğlencedir. Her seçimin *kesinlikle* bir fırsat maliyeti vardır.

Ekonominin temel soruları

İnsan ve toplumların ellerindeki sınırlı kaynakları nasıl kullandığını inceleyen ekonomi biliminin ilgilendiği üç temel soru vardır:

- Ne üretmeli
- Nasıl üretmeli
- Kimin için üretmeli

İssiz bir adada tek başına yaşıyor olsaydık ne, nasıl ve kimin için üretmeli sorularını yanıtlamak kolay olurdu: Balık tutacaksınız, bunu olta kullanarak yapacaksınız ve tuttuğunuz balığı kendiniz yiyeceksiniz. Öte yandan, söz konusu olan toplum yaşamıysa işimiz çok daha zordur. Özellikle de ileri iş bölümüne dayalı gelişmiş toplumlarda bu üç soruyu yanıtlamak milyonlarca kişiyi ilgilendirecek sayısız tercih yapılması anlamına gelir.

Bunu bir örnekle açıklayalım. Bir ülkenin kara taşıtı üretmek istediğini düşünelim. Eldeki iş gücü, makineler, hammadde, enerji, teknoloji gibi sınırlı kaynakları kullanarak otomobil, otobüs, minibüs, kamyon, tır, tren, tank, traktör, motosiklet, bisiklet gibi çok farklı araçlar üretebiliriz. Diyelim ki ne yapacağımıza karar verdik. İkinci olarak, bunu nasıl üreteceğiz? Tüm parçaları kendimiz mi yapacağız? Üretim beden gücüne dayalı mı yoksa mekanize mi olacak? Eğer mekanize üretim olaksa ne tür makinelerden yararlanacağız? Fabrika nerede kurulacak? Üçüncü olarak, üreteceğimiz aracı kim kullanacak? Toplumun milyonlarca üyesine bu araçları nasıl dağıtacağız? Tüm bunlara ek olarak, devletin rolü ve payı ne olacak? Devlet vergi toplayacak mı? Teşvikler verecek mi? Ürün standartlarını belirleyecek mi? Denetimler yapacak mı?...

Görüldüğü gibi, tek bir ürün için bile çok sayıda seçim yapmak gereklidir. Üstelik bu seçimlerin sonucunda birçok kişinin yaşamı da etkilenir. Örnek olarak, bazı kişiler için yeni iş alanları açılırken bazıları işsiz kalabilir. Benzer şekilde kimilerinin yaşam koşulları iyileşirken kimileri de yoksullaşabilir. İşte tüm bu karar verme süreçlerini ve bunların karmaşık sonuçlarını anlayabilmek için bilimsel bir yöntem kullanmak zorundayız.

1.2 Ekonomi Biliminin Yöntemi

Ekonomi tüm toplum bilimleri içinde matematik ve çeşitli şekilsel araçlardan en kapsamlı şekilde yararlanan bilim dalıdır. Ekonomistler bunları kullanarak karmaşık insan ve toplum davranışlarını açıklayan modeller tasarlar. **Model** (model), bir ekonomik olgu ya da davranışı belli ölçüde basitleştirerek anlatmaya ve tahmin etmeye yarayan matematiksel tanım ve ilişkiler bütününe denir. Ekonomik modellerin amacı insan ve toplum davranışlarının kolay anlaşılmasını sağlamaktır. Bu nedenle bazı önemsiz ayrıntılar modellerde göz ardı edilebilir ve bunun yerine basitleştirici varsayımlar yapılabilir.

Mikroekonomi konu ve kavramlarını anlamamıza yardımcı olacak birkaç farklı modeli kitabımızın ilerleyen bölümlerinde göreceğiz. Ama önce, gelin, ekonomik çözümlemelerde kullandığımız araçlara küçük bir örnek verelim.

Üretim olanakları eğrisi

Sınırlı kaynaklar, seçim ve fırsat maliyeti gibi temel ekonomi kavramlarını anlamının iyi bir yolu üretim olanakları eğrisini incelemektir. **Üretim olanakları eğrisi** (production possibility frontier), eldeki tüm kaynaklar en iyi şekilde kullanılırsa üretilebilecek olan çeşitli mal ve hizmet bileşimlerini gösteren şekilsel araçtır. Burada söz edilen kaynaklar ise üretimde kullanılan işgücü, toprak, bina, makine ve teçhizat gibi çeşitli girdiler anlamındadır.

Bir firmada buzdolabı ve fırın üretimi yapıldığını düşünelim. Burada aslında daha birçok ev eşyası üretilebilecek olsa da biz bu basit örnekte yalnızca iki ürün olduğunu varsayalım. Firmanın elindeki kaynakları kullanarak üretebileceği farklı fırın ve buzdolabı bileşimleri Çizelge 1.1'deki gibi olsun.

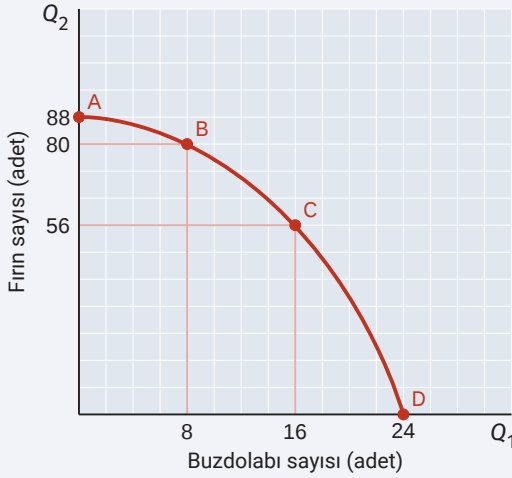
Olanak	Buzdolabı sayısı (adet)	Fırın sayısı (adet)
A	0	88
B	8	80
C	16	56
D	24	0

Çizelge 1.1: Varsayımsal bir firmaya ait üretim olanakları

Çizelgede görüldüğü gibi, firmanın tüm kaynakları fırın için ayrılır ve hiç buzdolabı üretilmezse toplam 88 fırın üretilcek ve firma A noktasında olacaktır. Tam tersine, eldeki tüm kaynaklar buzdolabı için kullanılırsa da toplam 24 dolap üretilcek ve firma D noktasında olacaktır. Kaynakların tamamını tek bir ürün için kullanmak yerine farklı sayılarda fırın ve buzdolabı üretmek de olanaklıdır. Buna yönelik iki seçenek ise B ve C üretim noktalarıdır.

Çizelgede verilen noktaları bir çizim üzerinde birleştirirsek üretim olanakları eğrisini elde ederiz. Bunun nasıl yapıldığı Şekil 1.1'de görülmektedir.

Üretim olanakları eğrisi üzerinde bulunan tüm noktalar üretim anlamında etkindir. Diğer bir deyişle, üretim miktarı eldeki kaynaklarla ulaşılabilecek en yüksek düzeydedir. Eğrinin içinde kalan herhangi bir noktada üretim yapmak ise olanaklıdır ama etkin değildir. Çünkü bu durumda bazı kaynaklar atıl kalmakta ya da israf edilmektedir. Örnek olarak, 8 adet buzdolabı ve 70 adet fırın üretileceğini düşünelim. Bu firmada 8 buzdolabı ile birlikte aslında 80 fırın üretmenin olanaklı olduğunu B noktasından biliyoruz. Bu durumda yalnızca 70 fırın ürettiği olmak bazı kaynakların iyi kullanılmadığı anlamına gelir. Bu ürünlere gereksinim duyan onca insan varken elimizdeki girdi ve araçların atıl kalmasını istemeyiz. Bu nedenle her zaman eğri üzerindeki bir noktada üretim yapmayı tercih ederiz.



Olanak	Buzdolabı sayısı (adet)	Fırın sayısı (adet)
A	0	88
B	8	80
C	16	56
D	24	0

Şekil 1.1 Üretim olanakları eğrisi

Üretim olanakları eğrisi eldeki kaynaklarla üretilebilecek farklı ürün bileşimlerinin çizim üzerinde gösterilmesi ile elde edilir.

Kaynakların sınırlı olması yüzünden üretim olanakları eğrisi dışındaki bir noktada üretim yapılamayacağına dikkat ediniz. Örnek olarak, 8 adet buzdolabı ile birlikte 81 fırın üretmek burada olanaklı değildir. Dolayısıyla bu nokta eğrinin dışında kalmaktadır.

Şekilde görüldüğü gibi, üretim olanakları eğrisi aşağı doğru eğimlidir. Diğer bir deyişle, buzdolabı üretimini artırabilmek için fırın üretimini azaltmak gerekmektedir. İki ürün arasındaki bu ödünleşme ilişkisini açıklamak için marjinal dönüşüm oranına bakarız. **Marjinal dönüşüm oranı** (marginal rate of transformation) ya da kısaca **MRT**, belli bir üründen bir birim daha fazla üretmenin diğer bir ürün cinsinden fırsat maliyetidir.

Marjinal dönüşüm oranı, üretim olanakları eğrisinin mutlak değer olarak eğimidir. Dolayısıyla iki nokta arasındaki MRT'yi hesaplamak için aşağıdaki formülü kullanabiliriz:

$$MRT_{XY} = \left| \frac{\Delta Y}{\Delta X} \right| \quad (1.1)$$

Yukarıda X harfi yatay eksenindeki ürünü ve Y harfi de dikey eksenindeki ürünü göstermektedir. Üçgen (*delta*) işareti ise değişim anlamındadır. Diğer bir deyişle, sonraki değer ile önceki değer arasındaki farktır.

Örnek olarak, üretim olanakları eğrisindeki B noktasından C noktasına geçip 8 yerine 16 buzdolabı üretmek istersek fırın üretimi 80'den 56'ya düşecektir. Bu durumda buzdolabı için marjinal dönüşüm oranını aşağıdaki gibi hesaplarız:

$$MRT_{XY} = \left| \frac{56 - 80}{16 - 8} \right| = \left| -\frac{24}{8} \right| = 3$$

Demek ki ekonomi B noktasında iken daha fazla buzdolabı üretmek istenirse her 1 adet buzdolabı karşılığında ortalama olarak 3 fırından vazgeçmek gereklidir. Diğer bir deyişle, burada buzdolabının fırsat maliyeti 3 fırındır. Formül 1.1'deki marjinal dönüşüm oranı her zaman yatay eksendeki ürünün fırsat maliyetini verir. Eğer dikey eksendeki ürünün fırsat maliyetini bulmak istiyorsak, hesapladığımız MRT 'nin tersini alırız. Dolayısıyla B ve C noktaları arasında fırının marjinal dönüşüm oranı da 1/3 buzdolabı olur.

Örneğimizdeki üretim olanakları eğrisinin şekilde sıfır noktasına göre içbükey olduğuna dikkat ediniz. Bu, fırsat maliyetinin aynı kalmayıp giderek arttığını gösterir. B noktasından C noktasına gelindiğinde 1 adet buzdolabı için fırsat maliyetinin 3 fırın olduğunu yukarıda bulmuştuk. Buzdolabı üretimini daha da artırmak ister ve C noktasından D noktasına gelirse 8 adet yeni buzdolabı karşılığında fırın sayısı 56'dan 0'a düşer. Yeni marjinal dönüşüm oranını hesaplayalım:

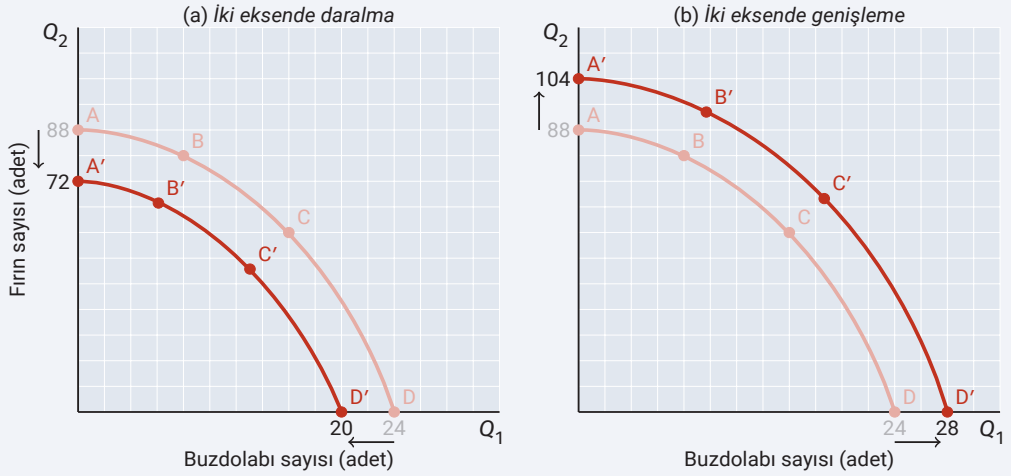
$$MRT_{XY} = \left| \frac{0 - 56}{24 - 16} \right| = \left| -\frac{56}{8} \right| = 7$$

Yeni durumda buzdolabının fırsat maliyeti 7 fırına yükselmiştir.

Görüldüğü gibi, bir ürünü daha çok üretmek istedikçe o ürünün diğer ürün cinsinden fırsat maliyeti de giderek artmaktadır. Bunun nedeni ise elimizdeki çeşitli kaynakların farklı ürünler için farklı verimliliğe sahip olmasıdır. Örnek olarak, işçilerin bir bölümü buzdolabı konusunda eğitilmiş iken bir bölümü de fırın konusunda yetkin ya da deneyimli olabilir. Buna göre, belli bir noktadan sonra buzdolabı sayısını artırmak için fırın üretiminde uzman işçileri görevlendirmek gerekir. Bu da gittikçe daha fazla fırından vazgeçmek anlamına gelir.

Yukarıda tartıştığımız *artan fırsat maliyeti* olgusu ekonomide çoğu zaman karşımıza çıkar. Ancak bazı durumlarda fırsat maliyeti sabit olabileceği gibi artmak yerine azalabilir de. Böyle durumlarda üretim olanakları eğrisi düz çizgi şeklinde ya da sıfır noktasına göre içbükey değil, dışbükey olur. Giriş düzeyindeki kitabımızda biz yalnızca bu örnekteki gibi içbükey olan üretim olanakları eğrilerini ele alacağız.

Üretim olanakları eğrisi ile ilgili bir diğer önemli konu, zaman içinde firmanın elindeki kaynaklar değiştikçe üretim olanaklarının da değişeceğidir. Çalışan sayısındaki artış, araç ve makinelerin artması ya da azalması, eğitim düzeyinin yükselmesi, teknolojik ilerleme, yeni girdiler kullanılması ya



Şekil 1.2
Üretim olanakları eğrisinin değişmesi

Teknoloji, işgücü, makine ve teçhizat gibi kaynaklar arttığı zaman üretim olanakları eğrisi dışa doğru genişler. Kaynaklar azaldığında ise eğri içe doğru daralır. Baştaki eğri üzerindeki noktaların eğri sağa kayınca içte kaldığına, eğri sola kaydığında ise dışta kalarak olanaksızlaştığına dikkat ediniz.

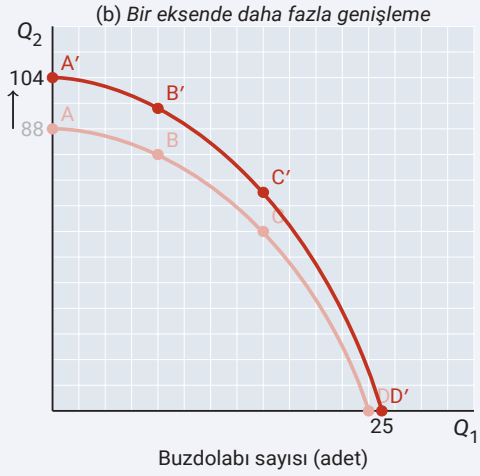
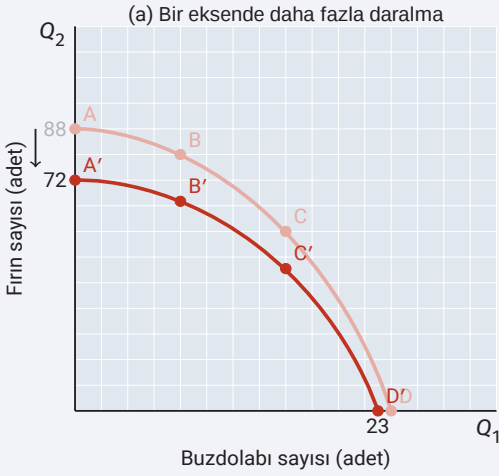
da bazı girdilerin bulunamaması gibi birçok etmen üretimi etkiler. Tüm bunlar sonucunda üretim olanakları eğrisi de değişir.

Örnek olarak, işçi sayısının arttığını düşünelim. Daha fazla insan daha fazla işgücü demektir. Bu durumda firmanın üretilbileceği fırın ve buzdolabı miktarları aynı anda artar ve üretim olanakları eğrisi dışa doğru genişler. Bunun tersi de geçerlidir. Söz gelimi, çalışanların emekliye ayrılması nedeniyle işgücü azalacak olursa üretim olanakları eğrisi içe doğru daralır.

İki ürünü birden etkileyen bir değişikliğin üretim olanakları eğrisi üzerindeki etkisi Şekil 1.2'deki gibidir.

Şekildeki üretim olanakları eğrisi işçi sayısının artması sonucunda dışa doğru genişlemektedir. Böylece, eskiden olanaklı olmayan daha yüksek üretim miktarları elde edilebilmektedir. İşgücü azaldığında ise üretim olanakları eğrisi içe doğru daralmakta ve önceki üretim miktarları artık olanaklı olmaktan çıkmaktadır.

Üretim olanakları eğrisi her iki eksenle aynı oranda değişmek zorunda değildir. Şimdi de fırın üretiminde yoğun kullanılan bir makinenin sayısının arttığını düşünelim. Fırınları daha fazla ilgilendiren bir değişiklik buzdolabı üretimini çok etkilemeyebilir. Bu durumda üretim olanakları eğrisi fırın ekseninde



Şekil 1.3

Üretim olanakları eğrisinin bir ekseninde daha fazla değişmesi

Üretim olanakları eğrisi iki ekseninde farklı oranlarda değişebilir. Eğer bir üründe daha yoğun kullanılan bir kaynağın miktarı değişirse üretim olanakları eğrisi de o ürüne ait ekseninde daha fazla genişler ya da daralır.

daha fazla genişler. Bunun tersi de geçerlidir. Örnek olarak, fırın için önemli makinelerin bir bölümü bozular ya da eskirse fırın üretimi daha olumsuz etkilenir. Sonuçta üretim olanakları eğrisi bu ekseninde daha çok daralır.

Tek ürünü daha fazla ilgilendiren bir değişikliğin üretim olanakları eğrisini nasıl etkilediği Şekil 1.3'te gösterilmiştir.

Diğer her şey sabit varsayımı

Yukarıdaki Şekil 1.2 ve Şekil 1.3'te üretim olanaklarını değiştiren iki farklı etkiyi tek tek incelediğimize dikkat ediniz. Birinci şekilde işçi sayısındaki değişikliğin etkisini, ikincide ise fırın üretimiyle ilgili bir değişikliğin etkisini gösterdik. Ancak her ikisine aynı anda bakmadık. İki etkiyi karıştırmamak için izlediğimiz bu yaklaşıma diğer her şey sabit varsayımı denir. **Diğer her şey sabit** (all else being equal) ya da Latince *ceteris paribus*, belli bir ekonomik ilişkiyi incelerken diğer tüm etkilerin sabit tutulduğu varsayımdır. Aksi halde söz konusu ilişkinin tam olarak neden kaynaklandığını anlamak güçleşir. Özellikle de karmaşık ekonomik çözümlemelerde adım adım ilerlemek en doğrusudur. Kitabımızın ilerleyen bölümlerinde çeşitli kavramları açıklarken diğer her şey sabit varsayımını sıkça vurgulayacağız.

Pozitif ve normatif çözümlleme

Ekonomi biliminin yöntem ve araçlarını kullanırken iki farklı bakış açısını benimseyebiliriz: Pozitif çözümlleme ve normatif çözümlleme. **Pozitif çözümlleme** (positive analysis), ekonomik davranış ve sistemleri nesnel bir bakış açısı ile ele alıp yargılamadan yalnızca açıklamaya çalışan çözümlleme yaklaşımıdır. Bu yaklaşımda değer yargılarından kaçınarak yalnızca *nedir* ve *ne olmaktadır* sorularına yanıt aranır. Varsayımsal örneğimizde yaptığımız gibi buzdolabı üretimi 8'den 16'ya çıkacak olursa fırın üretiminin 80 adetten 56'ya düşeceğini belirlemek pozitif yaklaşıma örnektir.

Normatif çözümlleme (normative analysis) ise ekonomik davranış ve sistemleri öznel bir bakış açısı ile ele alıp bunların sonuçlarına odaklanan ve değer yargıları içeren çözümlleme yaklaşımıdır. Bu yaklaşım ekonomik olguları tarih ve sosyoloji gibi farklı boyutlarda inceleyerek *iyi* ya da *kötü* olarak nitelendirebilir ve bunlara ilişkin çeşitli politika reçeteleri sunabilir. Firmanın uzun dönem stratejik hedefleri doğrultusunda buzdolabı üretimine odaklanması gerektiğini savunmak normatif yaklaşıma örnek olur.

Pozitif önermenin özelliği kesin verilere dayanması ve bilimsel yöntemle test edilebilir olmasıdır. Normatif önerme ise kanıt ve verilere dayalı olmakla birlikte kendisi kanıtlanabilir ya da test edilebilir değildir. Ekonomi bilimsel yöntemle dayanan akademik bir disiplindir. Bununla birlikte ekonomistlerin bilgi birikimlerine dayanarak güncel gelişmelere yönelik yorumlar yapması da sıkça görülen bir durumdur. Bu yüzden görsel ve yazılı medyada karşılaştığınız ekonomi tartışmalarındaki pozitif ve normatif önermelere dikkat etmelisiniz. Normatif önermelerin ne gibi pozitif önermelerden destek aldığını sorgulamalısınız.

1.3 Mikroekonominin Kapsamı

Ekonomi bilimi mikroekonomi ve makroekonomi olarak iki ana dala ayrılır. Kitabımızın konusu olan **mikroekonomi** (microeconomics), ekonomideki karar alıcıları tekil olarak ele alan ve bunların bireysel davranışlarını inceleyen ana ekonomi dalıdır. Bir kişinin hangi ürünü ne kadar tüketmek istediği ya da bir firmanın hangi girdileri kullanarak ne kadar üretim yapacağı mikroekonominin kapsamındadır. Ürün fiyatlarının piyasada nasıl belirlendiği, asgari ücret gibi uygulamalar ve rekabet, işbirliği ya da risk alma gibi ekonomik davranışlar da yine mikroekonomi tarafından incelenir.

Ekonominin ikinci kolu olan **makroekonomi** (macroeconomics), ekonomideki karar alıcıları bütün olarak ele alan ve bunların toplu davranışlarını inceleyen ana ekonomi dalıdır. Mikroekonomi belli bir piyasayı ya da tek bir firmanın üretimini ele alırken makroekonomi ise ülkedeki toplam üretime bakar. Örnek olarak, mikroekonomi ürün fiyatlarının nasıl değişeceğini tek tek incelerken makroe-

konomin fiyatların genel düzeyi ile ilgilenir. Milli gelir, enflasyon, işsizlik, faiz oranları, döviz kurları, ithalat, ihracat, devletin para ve maliye politikaları ve uzun dönem ekonomik büyüme gibi konular makroekonominin temel çalışma alanlarını oluşturur.

Mikroekonominin kısa tarihi

Ekonomiye ilişkin ilk metinler Sümerler ve Asurlulara, diğer bir deyişle yazının başlangıcına kadar gitmektedir (Oppenheim, 1957). Modern anlamdaki ekonomik düşüncenin temeli ise 17. ve 18. yüzyıllara dayanmaktadır. Avrupa'daki bu aydınlanma döneminde kendilerini merkantilist olarak adlandıran çeşitli tüccarlar, bankacılar, devlet yetkilileri ve filozoflar kısa kitap ve denemeler yazarak ekonomik çözümlemenin temelini attılar. **Merkantilizm** (mercantilism), zenginliğin sahip olunan değerli maden miktarıyla belirlendiğini ve ticari ilişkilerin temelde sıfır toplamı oyun olduğunu savunan düşünce akımıdır. **Sıfır toplamı oyun** (zero sum game) ise bir katılımcının elde ettiği kazancın diğer katılımcılara ait aynı büyüklükteki bir kayıpla dengelendiği duruma denir. Merkantilistlere göre dünyadaki değerli maden miktarı sınırlı olduğu için bir ülkenin zenginleşmesi diğerlerinin görece fakirleşmesi anlamına gelir. Bu nedenle devlet ülkedeki maden stoklarını artırmak için ekonomiyi kontrol etmeli, ithalatı kısıtlayıp ihracatı destekleyen önlemler almalıdır.

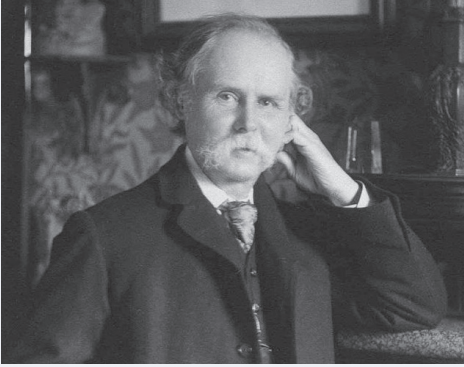
18. yüzyılın ikinci yarısından sonra John Locke ve David Hume ve gibi düşünürlerin etkisiyle merkantilist düşünce önemini kaybedip yerini Fransa'da ortaya çıkan fizyokrasi akımına bıraktı. **Fizyokrasi** (physiocracy), zenginliğin sahip olunan tarımsal toprak miktarıyla belirlendiğini ve ekonomik ilişkilerin temelinde bir *doğal düzen* olduğunu savunan düşünce akımıdır. Öncülüğünü François Quesnay'nin yaptığı Fizyokratlar insanların toplum içinde özgürce yaşamasını sağlayan doğal düzenin işleyebilmesi için devletin ekonomiye müdahale etmemesi gerektiğini ileri sürdüler. Fransızcada *birakınız yapsınlar* anlamına gelen *laissez faire* (lese-fee okunur) sözünden hareketle serbest piyasa ekonomisini ve tüm bireylerin eşit haklara sahip olmasını savundular.

Fizyokrat düşünce 18. yüzyıl sonlarına doğru İngiltere'de sanayi devrimiyle birlikte gelişen klasik ekonomi okuluna temel oluşturdu. Fizyokrat düşünceyi geliştiren ve ticaretin sıfır toplamı oyun olmadığını göstererek ekonomiyi bir bilim dalına dönüştüren kişi İskoçyalı düşünür Adam Smith'tir. **Smith, 1776** yılında yayımlanan *Ulusların Zenginliği* adlı eserinde kişisel çıkar, işbölümü, piyasanın işleyişi gibi konuları ele aldı. Ayrıca ekonomi bilimine en önemli katkılarından biri olan *görünmez el* kavramını geliştirdi. **Görünmez el** (invisible hand), yalnız kendi çıkarları için çalışan bireylerin davranışı sonucunda kaynakların etkin kullanımının sağlanması ve toplum refahının artması olgusuna denir. Buna göre devletin piyasaya müdahale etmesine gerek yoktur çünkü piyasa sistemi tıpkı görünmez bir el gibi işleyerek sorunları çözer. Örnek olarak, bir ürün eğer yeteri kadar üretilmezse o



Kutu 1.1: Alfred Marshall (1842-1924)

Alfred Marshall | Fotoğraf kamu malı lisansı altında kullanılmıştır.



Matematiksel kavram ve araçları etkili şekilde kullanarak yaptığı çözümlerle modern ekonomi bilimine büyük katkılarda bulunmuş ünlü İngiliz ekonomisttir.

1842 yılında İngiltere'nin Londra kentinde dünyaya gelen Marshall, yüksek eğitimini Cambridge'de St John Koleji'nde tamamladı. 1868'de aynı üniversitede dersler vermeye başlayan Marshall, matematiğe olan yeteneği ve geliştirdiği ekonomik yaklaşımlar ile zaman içinde döneminin en etkili ekonomisti olmayı başardı. 1903 yılında Cambridge Üniversitesi Ekonomi Fakültesi ve Ekonomi Lisans Programını

kurdu ve burada Arthur Cecil Pigou ve John Maynard Keynes gibi kendisinden sonra gelen birçok ünlü ekonomiste dersler verdi.

Marshall'ın en önemli eseri 1890 yılında yayımlanan *Ekonominin İlkeleri* adlı kitabıdır. Bu kitap döneminin en etkili ve en çok okutulan ekonomi kitabı olarak ekonomi bilimini şekillendirmiştir. Marshall kitabında özellikle tüketicilerin karar alma süreçlerini incelemiş ve arz-talep dengesi, talebin fiyat esnekliği, piyasa dengesi, tüketici ve üretici fazlası, marjinal fayda, azalan fayda yasası gibi birçok kavramı ekonomiye kazandırmıştır. Marshall ayrıca ekonomik düşünceye zaman boyutunu getirmiş ve ekonomide kullanılan kısa ve uzun dönem ayrımını geliştirmiştir. Marshall'ın diğer bir önemli katkısı ise ekonomik kavram ve kuramları şekiller yardımıyla açıklaması olmuştur. Değişkenler arasındaki ilişkilerin kolay anlaşılmasını sağlayan bu yaklaşım modern ekonomik çözümlemenin de temelini oluşturur. Mikroekonomiye giriş kitabımızda Marshall'ın geliştirdiği kavram ve yaklaşımlardan sıkça yararlanacağız.

üründe kıtlık ortaya çıkar. Kıtlık nedeniyle ürünün fiyatı artar ve böylece, üretim yapmak daha kârlı olur. Bunun sonucunda daha fazla firma bu ürünü üretmeye başlar ve kıtlık da zamanla kendiliğinden yok olur.

17. ve 18. yüzyıl düşünürleri tarafından geliştirilen ekonomik yaklaşımlar 19. yüzyılda matematiksel araç ve sayısal verilere dayalı modern ekonomi bilimine dönüştü. Bu dönemde yaşayan Jules Dupuit, Léon Walras, Stanley Jevons, Vilfredo Pareto gibi ekonomistler aşağı eğimli talep eğrisi, marjinal değer kuramı, genel fayda kuramı, dağıtımda etkinlik gibi çeşitli temel kavramların gelişmesinde öncü oldular. Tüm bu düşüncelerin bir araya gelip olgunlaşması ise ünlü İngiliz ekonomist Alfred Marshall'la gerçekleşti. **Marshall, 1890** yılında yazdığı *Ekonominin İlkeleri* adlı kitabıyla mikroekonominin temel kavram ve araçlarını anlamlı bir bütüne dönüştürdü. 20. yüzyılda ise Ludwig von Mises, Wassily Leontief, Ronald Coase, Paul Samuelson, Kenneth Arrow, John Nash, Gary Becker,

Elinor Ostrom, George Akerlof, Joseph Stiglitz gibi çok sayıda bilim insanının katkılarıyla ekonomi bilimi gelişimini sürdürdü. Günümüzde oyun kuramı, ihale kuramı, davranışsal ekonomi, deneysel ekonomi, bilgi ekonomisi, çalışma ekonomisi, sağlık ekonomisi, çevre ekonomisi, finans, uluslararası ticaret ve endüstriyel organizasyon gibi çok çeşitli alanlarda mikroekonomik araştırmalar tüm hızıyla sürmektedir.

1.4 Ekonomideki Temel Karar Alıcılar

Ekonominin birey ve toplumların nasıl seçim yaptığını araştıran bilim dalı olduğunu başta söylemiş-tik. Bu seçim yapma sürecini anlamak ilk bakışta zor olabilir çünkü burada tüm kararlar ve karar alıcılar birbirini etkiler. Dolayısıyla bu karmaşık yapıyı inceleyebilmek için ekonomiyi dört temel bileşene ayırırız:

- Hanehalkları
- Firmalar
- Devlet
- Dış dünya

Ekonominin yukarıdaki dört temel bileşenini oluşturan hanehalkları, firmalar, devlet ve dış dünyanın her bir karar alıcı üyesine **ekonomik birim** (economic unit) denir. Bunlardan hanehalkları ve firmalar özel kesimi, devlet kamu kesimini ve dış dünya da yabancı kesimi oluşturur. Bunları kısaca açıklayalım:

Hanehalkı (household); üretim, tüketim, servet birikimi, servetin aktarımı gibi çeşitli ekonomik etkinliklerin gerçekleştirildiği temel ekonomik birimdir. Hanehalkı denince aklımıza ilk olarak aile gelir. Bununla birlikte, tek bir kişi ya da aynı çatı altında yaşayıp ekonomik kararlarını birlikte alan herhangi bir grup insan da hanehalkı olabilir. Farklı beğeni ve harcama kalıplarına sahip olan hanehalkları ekonomideki en büyük bölümü oluşturur. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2021) verilerine göre Türkiye’de yerleşik hanehalklarına ait tüketim harcamalarının ekonomi içindeki payı yüzde 60 düzeyindedir.

Firma (firm), toplum tarafından talep edilen mal ve hizmetleri kâr elde etmek amacıyla piyasaya sunan kuruluşlardır. Firmalar ekonomide girişimcilik, işbölümü ve uzmanlaşma sağlayarak kaynakların etkin şekilde kullanılmasına yardım eder. Bir firmanın sahibi devlet ya da özel kişiler olabilir. Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK, 2021) verilerine göre Türkiye’de yaklaşık 2 milyon işletme bulunmaktadır. Bunların yüzde 98’lik bölümü 50 kişiden az çalışana sahip küçük ve orta büyüklükteki işletme (KOBİ) niteliğindedir.

Devlet (government), çıkardığı yasalar ve uyguladığı politikalarla ekonomiyi etkileyen ve aynı zamanda kendisi de üretim ve tüketim yapan merkezi ya da yerel yönetimlerdir. **Dünya Bankası (2021)** verilerine göre Türkiye’de devletin tüketim ve transfer harcamalarının ekonomi içindeki toplam payı yaklaşık yüzde 32’dir.

Dış dünya (rest of the world), bir ekonominin ticaret yaptığı ve ekonomik ilişkiler kurduğu diğer tüm ülkelere denir. İçinde yaşadığımız küresel dünyada ülkeler ithalat, ihracat, teknoloji, üretim ve yatırım alanlarında sürekli olarak birbiriyle etkileşim içindedir. Dolayısıyla günümüzde dış dünyanın ekonomik çözümlemelerdeki önemi de giderek artmıştır. **TÜİK (2021)** verilerine göre Türkiye’den dış dünyaya yapılan ihracat ile dış dünyadan gelen ithalatın ekonomideki payları yüzde 28 ve yüzde 32 düzeylerindedir.

1.5 Piyasalar ve Piyasa Türleri

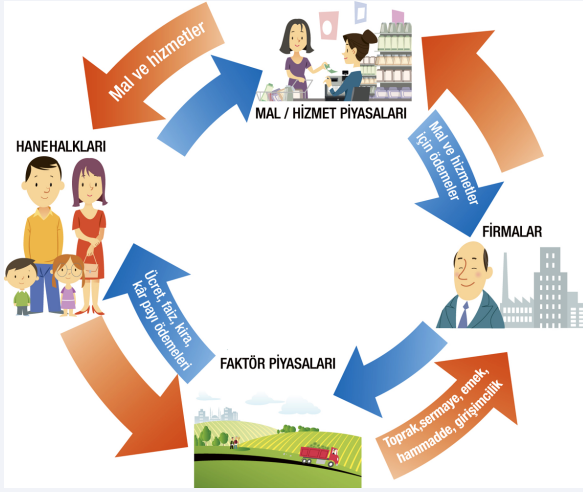
Buraya kadar ekonomi biliminin yanıt aradığı üç temel sorudan söz ettik. Ayrıca, sınırlı kaynakları ve üretim seçeneklerini de üretim olanakları eğrisi bağlamında tartıştık. Peki, üretim olanakları eğrisi üzerinde hangi noktada olunacağına kim karar verir? Bunun için farklı ekonomik sistemler vardır. Ancak günümüzde çoğu toplum neyi, nasıl ve kimin için üretmeli sorusunu yanıtlamak için piyasa sisteminden yararlanmaktadır. **Piyasa** ya da **pazar** (market), alıcı ve satıcıların bir araya geldiği ve bu süreçte ürün fiyatlarının belirlendiği fiziksel ya da sanal ortamdır. Bu ortam katılımcıları yüz yüze getiren çarşı ya da semt pazarı gibi bir yer olabileceği gibi telefon ya da İnternet de olabilir.

Fiziksel ya da sanal olsun, piyasalar insanlara yarar sağladığı için vardır. Burada alıcı ve satıcılar kimsenin zoruyla değil, kendi istekleriyle bir araya gelir. Alışverişin gerçekleşebilmesi için iki tarafın da yarar sağlaması gereklidir. Aksi durumda hiçbir işlem gerçekleşmez.

Ekonomik birimlerin karşı karşıya geldiği iki temel piyasa türü vardır:

- Ürün piyasası
- Faktör piyasası

Ürün piyasası (product market) ya da **çıkıtı piyasası** (output market), son tüketime yönelik mal ve hizmetlerin alınıp satıldığı piyasalara denir. Örnek olarak, günlük yaşamda kullandığımız gıda ve ev eşyası gibi yüzlerce çeşit ürünün alınıp satılması ürün piyasalarında gerçekleşir. **Faktör piyasası** (factor market) ya da **girdi piyasası** (input market) ise üretim yapmak için gerekli araç ve maddelerin alınıp satıldığı piyasalardır. Alet, makine, fabrika gibi üretim araçları ya da bakır ve petrol gibi doğal kaynaklar faktör piyasalarında el değiştirir. Yine, iş arayanlar ile işverenlerin bir araya geldiği işgücü piyasaları da



Şekil 1.4
Piyasalarda karar alıcılar
arasındaki döngüsel akım

Bu şekil hanehalkları ve firmaların ürün piyasaları ile faktör piyasaları aracılığıyla nasıl etkileşime girdiklerini basitleştirerek göstermektedir. Para, ürün ve girdilerin döngüsel olarak el değiştirdiğine ve bir tarafın yaptığı ödemenin diğer tarafın geliri olduğuna dikkat ediniz.

faktör piyasasına örnektir. Ürün piyasalarında tüketici olan hanehalkları alıcı, üretici olan firmalar ise satıcı konumundadır. Tam tersine, faktör piyasalarında ise firmalar alıcı ve hanehalkları da satıcıdır.

Piyasalardaki döngüsel akım

Hanehalkları ve firmaların piyasalardaki etkileşimi sonucunda para, ürünler ve girdiler ekonomide döngüsel olarak el değiştirir. Bu etkileşimi basitleştirilmiş olarak Şekil 1.4'teki döngüsel akım çizimi üzerinde gösterebiliriz.

Şekilde hanehalkları faktör piyasalarında firmalara çeşitli girdiler sağlamak ve bunun karşılığında elde ettikleri kazançla firmaların ürün piyasalarında sunduğu mal ve hizmetleri satın almaktadır. Firmalar ise ürettikleri mal ve hizmetleri ürün piyasaları yoluyla hanehalklarına satmakta ve elde ettikleri gelirle faktör piyasalarındaki hanehalklarına ödeme yapmaktadır. İki tür piyasanın birlikte çalışması sonucunda dış dairede gösterilen ürün ve girdiler ile iç dairedeki ödemeler kapalı birer döngü oluşturmaktadır. Böylece, ekonomide üretim ve tüketim sürekli devam etmektedir.

Piyasa yapıları

Piyasaların görevi çok sayıda ekonomik birimi bir araya getirerek toplumda neyin nasıl ve kim için üretilceği sorularını yanıtlamayı kolaylaştırmaktır. Ancak bu sürecin işleyişi ve sonuçları piyasa yapısına göre farklılık gösterir. **Piyasa yapısı** (market structure), piyasadaki alıcı ve satıcıların sayısı ve büyüklük dağılımı sonucunda ortaya çıkan ekonomik etkileşimin özelliklerini anlatan kavramdır. Piyasalarda alınıp satılan her çeşit ürünün fiyatı ve miktarı piyasa yapısına göre değişir. Örnek olarak, rekabetin az olduğu bir piyasada ürün miktarının görece daha az, fiyatın ise daha yüksek olmasını bekleriz.

Giriş düzeyindeki kitabımızda ele alacağımız temel piyasa yapıları şunlardır:

- Tam rekabet piyasası
- Tekel piyasası
- Tekelci rekabet piyasası
- Oligopol piyasası

Yukarıdaki piyasa türleri rekabetin düzeyi ve şekli, ürünün özellikleri, piyasaya girişteki engeller gibi farklı ölçütlere göre birbirinden ayrılır. Örnek olarak, rekabetin en fazla olduğu piyasa yapısı tam rekabettir. Tam bilgiye sahip sonsuz sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu varsayılan bu kuramsal piyasada tektip ürün vardır ve piyasaya girişte hiçbir engel yoktur. Tam rekabetin aksine, rekabetin en az olduğu tekel piyasasında ise yakın ikamesi olmayan bir ürünü sağlayan tek bir satıcı vardır ve piyasaya giriş önünde ciddi engeller bulunmaktadır. Diğer piyasa yapıları ise rekabet yönünden tekel ve tam rekabet arasında yer alır.

Yukarıdaki piyasa türlerini 9, 10, 11, ve 12. Bölümlerde sırayla tartışacağız. Ancak ilk önce piyasa sisteminin ve fiyat mekanizmasının nasıl çalıştığını 2. Bölümde ayrıntılı olarak ele alacağız.

EK: Ayrıntılı Bakış

Ekonomi biliminde matematiğin kapsamlı şekilde kullanıldığından yukarıda söz etmiştik. Ancak biz bu giriş kitabında oldukça temel bir düzeyde matematik bilgisine gerek duyacağız. Şimdi, gelin, ilerleyen bölümlerde sıkça işimize yarayacak birkaç matematiksel kavramı burada kısaca gözden geçirelim.

Değişkenlerin şekil üzerinde gösterilmesi

Üretim miktarı ya da fiyat gibi sayısal değişkenlerin birbiriyle olan ilişkilerini ekonomide sıkça inceleriz. Bu ilişkiler pozitif ya da negatif yönlü olabilir. İki değişken eğer birlikte artar ya da azalırsa bu, aralarındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğu anlamına gelir. Ters durumda, değişkenlerden biri artarken diğeri azaldığında ise negatif yönlü ilişki var demektir.

Pozitif yönlü ilişkiye örnek olarak Çizelge 1.2'yi inceleyelim.

Durum	X değişkeni	Y değişkeni
A	1	20
B	2	40
C	3	60

Çizelge 1.2: İki değişken arasındaki pozitif yönlü ilişki

Çizelgeye göre X değişkeni 1 değerini aldığı anda Y değişkeni 20 değerini almaktadır. Bu sayı çifti A durumunu oluşturmaktadır. X değişkeni 2 olduğunda Y değişkeni 40'a yükselmekte ve X yeniden artıp 3'e çıktığında ise Y de 60 olmaktadır. Bu sayı çiftleri de sırasıyla B ve C durumlarını göstermektedir.

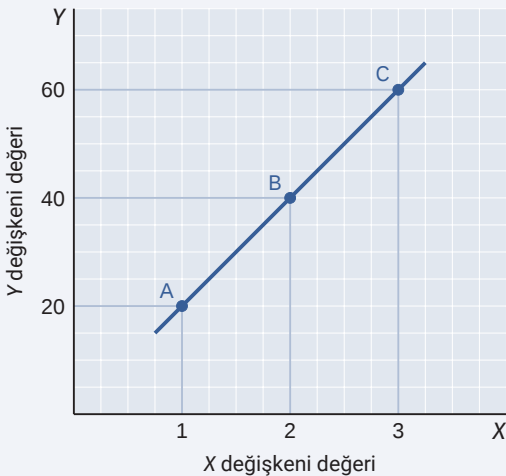
Çizelgedeki A, B ve C durumlarını çizim üzerinde göstermek için Kartezyen koordinat sistemini kullanırız. Bu sistem birbirini dik kesen iki doğrudan oluşur. Bu doğrulardan yatay olana *x-ekseni*, dikey olana ise *y-ekseni* denir. Bu şekilde ortaya çıkan düzlem üzerindeki her nokta X ve Y değişkenlerine ait bir değerler çiftini gösterir.

Örneğimizdeki X ve Y değişkenlerinin çizim üzerinde gösterimi Şekil 1.5'teki gibidir.

Şekilde görüldüğü gibi, X değişkeni 1 birim arttığı zaman Y değişkeni de her seferinde 20 birim artmakta ve sonuçta pozitif eğimli bir düz doğru ortaya çıkmaktadır.

Bir doğrunun eğiminin hesaplanması

İki değişken arasındaki ilişkiyi incelerken bunlardan biri arttığı ya da azaldığı zaman diğerinin ne kadar etkileneceğini bilmek isteriz. Bunun için eğim kavramından yararlanırız. **Eğim** (slope) ya da



Durum	X değişkeni	Y değişkeni
A	1	20
B	2	40
C	3	60

Şekil 1.5
İki değişken arasındaki
doğrusal ilişki

İki değişken arasındaki ilişkiyi incelemek için Kartezyen koordinat sistemi kullanılır. Birbirini dik kesen iki eksenlerden oluşan bu düzlemde her nokta X ve Y değişkenlerine ait bir değerler çifti verir. Şekilde noktalar yukarı eğimli bir doğruyu göstermektedir.

kısaca μ , yatay eksen de gösterilen değişkendeki *bir birim* artış sonucunda dikey eksen de gösterilen değişkenin *kaç birim* arttığını ya da azaldığını anlatan ölçümdür. Bir doğru nun eğimi aynı zamanda o doğru nun ne kadar dik olduğunu da gösterir.

İki nokta arasındaki eğimi hesaplamak için aşağıdaki formülü kullanırız:

$$\mu = \frac{Y_2 - Y_1}{X_2 - X_1} \quad (1.2)$$

Yukarıda X_1 ve Y_1 terimleri X ve Y ’nin birinci değerlerini göstermektedir. X_2 ve Y_2 ise ikinci değerler anlamındadır. Eğimi bulmak için Y değişkeninin iki değeri arasındaki farkı alır ve bunu X ’in iki değeri arasındaki farka böleriz.

Yukarıdaki eğim formülü şöyle de yazılabilir:

$$\mu = \frac{\Delta Y}{\Delta X} \quad (1.3)$$

Burada ΔY (delta Y okunur), Y ’deki değişim demektir ve $Y_2 - Y_1$ ile aynı şeydir. Benzer şekilde ΔX de X ’teki değişimi göstermektedir.

şimdi, örneğimizdeki doğru nun eğimini bulalım. Bunun için doğru üzerinde yer alan 2 farklı noktaya ait X ve Y değerlerini bilmeliyiz. Bir doğru üzerindeki tüm noktalarda eğim aynıdır. Bu nedenle eğimi hesaplamak için Çizelge 1.2’de verilen sayı çiftlerinden herhangi ikisini kullanabiliriz. Örnek olarak, durum A ile durum B’yi alalım. Burada X değişkeni 1’den 2’ye çıktığı için ΔX değeri $2 - 1 = 1$ ’dir. Y değişkeni ise 20’den 40’a çıktığı için $\Delta Y = 40 - 20 = 20$ olur. Buna göre doğru nun eğimi şudur:

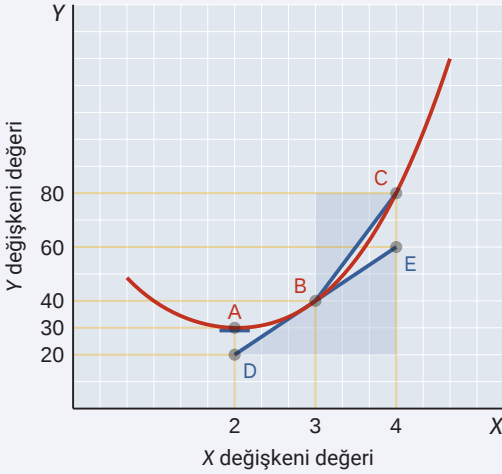
$$\mu = \frac{40 - 20}{2 - 1} = 20$$

Demek ki X değişkeni 1 birim arttığı zaman Y değişkeni her seferinde 20 birim artmaktadır. Eğimin pozitif bir sayı olması değişkenler arasında aynı yönlü ilişki olduğunu gösterir. Ters yönlü ilişki olduğu zaman eğim de negatif olur.

Bir eğrinin eğiminin hesaplanması

Ekonomide iki değişken arasındaki doğrusal olmayan, eğri biçimindeki ilişkilerle de ilgileniriz. Eğri üzerindeki eğim ise eğrinin her noktasında farklı olabilir. Buna yönelik bir örnek şekil 1.6’da verilmiştir.

şekilde görülen eğri A noktasından sağa doğru gittikçe dikleşmekte ve böylece, eğim de giderek artmaktadır.



Şekil 1.6
İki değişken arasındaki
doğrusal olmayan ilişki

Şekilde eğri üzerindeki eğim her noktada farklıdır. Herhangi bir noktadaki eğimi bulmak için eğriye o noktada teğet çizilip teğetin eğimi hesaplanır. Eğri üzerindeki iki nokta arasındaki eğim ise noktalar arasındaki ortalama eğimi verir. Şekilde $\overline{DE}$ doğru parçasının eğimi B noktasının eğimidir. $\overline{BC}$ doğru parçasının eğimi de B ve C noktaları arasındaki ortalama eğimdir. Eğrinin minimum olduğu A noktasında ise eğim 0'dır.

Eğrinin eğimini hesaplamak için o eğriyi tanımlayan matematiksel fonksiyonun türevi alınır. Ancak giriş düzeyindeki kitabımızda biz daha basit bir yola başvuracağız. Eğri üzerindeki bir noktanın eğimini bulmak için o noktada eğri üzerine teğet çiziceğiz ve Formül 1.1'i kullanarak bu doğru parçasının eğimini hesaplayacağız.

Örnek olarak, şekildeki eğrinin B noktasındaki eğimini bulalım. Bunun için B noktasına şekildeki gibi bir teğet çizeriz. Daha sonra D ve E noktaları arasındaki eğimi buluruz:

$$\mu = \frac{60 - 20}{4 - 2} = 20$$

Hesapladığımız teğet eğimi aynı zamanda eğrinin B noktasındaki eğimidir.

Yukarıdaki yöntem ek olarak, eğri üzerindeki iki nokta arasındaki eğimi de hesaplayabiliriz. Bu durumda eğrinin iki nokta arasındaki *ortalama* eğimini bulmuş oluruz.

Örnek olarak, $\overline{BC}$ doğru parçasının eğimini hesaplayalım:

$$\mu = \frac{80 - 40}{4 - 3} = 40$$

Buna göre eğri üzerindeki B ve C noktaları arasındaki *ortalama* eğim 40'tır.

Son olarak, Şekilde A noktasının eğrideki minimum nokta olduğuna dikkat ediniz. Bu noktada çizilen teğet yatay eksene paraleldir. Yatay eksene paralel bir doğru üzerinde $\Delta Y = 0$ olduğu için eğim de her zaman 0 olur.

Özet

- Ekonomi, birey ve toplumların geniş istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için ellerindeki sınırlı kaynakları nasıl kullandığını araştıran bilim dalıdır. Diğer bir deyişle ekonomi, insanların nasıl seçim yaptığını ve bu seçimlerin sonuçlarını araştıran bilim dalıdır.
- Ekonominin mikroekonomi ve makroekonomi şeklinde iki ana dalı vardır. Mikroekonomi, hanehalkı ve firma gibi karar alıcı birimlerin davranışlarını tekil olarak incelerken makroekonomi ise ekonomiyi bir bütün olarak ele alır.
- Modern anlamda ekonomi biliminin ortaya çıkması Adam Smith'in 1776 yılında yayımlanan *Ulusların Zenginliği* kitabı ile olmuştur. Çeşitli ekonomik kavram ve araçların anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde bir araya getirilerek mikroekonomiye dönüşmesi ise Alfred Marshall'ın çalışmalarına dayanmaktadır.
- Ekonominin dört temel bileşeni (1) hanehalkları, (2) firmalar, (3) devlet ve (4) dış dünyadır. Bu dört bileşen çeşitli şekillerde karşı karşıya gelerek birbiriyle etkileşime girer.
- Ekonomi biliminin üç temel sorusu vardır: (1) Ne üretmeli, (2) nasıl üretmeli ve (3) kimin için üretmeli? İleri iş bölümüne dayalı gelişmiş toplumlarda bu üç soruyu yanıtlamak milyonlarca kişiyi ilgilendirecek sayısız tercih yapılması anlamına gelir.
- Piyasalar çok sayıda ekonomik birimi bir araya getirerek toplumda neyin nasıl ve kim için üretilceği sorularını yanıtlamayı kolaylaştırır. Ancak bu sürecin işleyişi ve sonuçları piyasa yapısına göre farklılık gösterir.
- Temel piyasa yapılarını (1) tam rekabet, (2) tekel, (3) tekelleri rekabet ve (4) oligopol şeklinde dört başlık altında inceleyebiliriz.

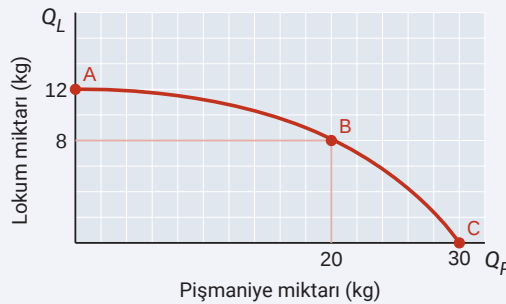
Anahtar Terimler Listesi

- **Mikroekonomi** (microeconomics), ekonomideki karar alıcıları tekil olarak ele alan ve bunların davranışlarını inceleyen ana ekonomi dalıdır.
- **Makroekonomi** (macroeconomics), ekonomideki karar alıcıları bütün olarak ele alan ve bunların toplu davranışlarını inceleyen ana ekonomi dalıdır.
- **Fırsat maliyeti** (opportunity cost), bir tercih yapılması sonucunda diğer en iyi seçenekten vazgeçmenin maliyetidir.
- **Model** (model), bir ekonomik olgu ya da davranışı belli ölçüde basitleştirerek anlatmaya ve tahmin etmeye yarayan matematiksel tanım ve ilişkiler bütünüdür.

- **Üretim olanakları eğrisi** (production possibility frontier), eldeki tüm kaynaklar en iyi şekilde kullanılırsa üretilebilecek olan çeşitli mal ve hizmet bileşimlerini gösteren şekilsel araçtır.
- **Marjinal dönüşüm oranı** (marginal rate of transformation) ya da kısaca **MRT**, belli bir üründen bir birim daha fazla üretmenin diğer bir ürün cinsinden fırsat maliyetidir.
- **Pozitif çözümleme** (positive analysis), ekonomik davranış ve sistemleri nesnel bir bakış açısı ile ele alıp yargılamadan yalnızca açıklamaya çalışan çözümleme yaklaşımıdır.
- **Normatif çözümleme** (normative analysis), ekonomik davranış ve sistemleri öznel bir bakış açısı ile ele alıp bunların sonuçlarına odaklanan ve değer yargıları içeren çözümleme yaklaşımıdır.
- **Sıfır toplamı oyun** (zero sum game), bir katılımcının elde ettiği kazancın diğer katılımcılara ait aynı büyüklükteki bir kayıpla dengelendiği durumdur.
- **Görünmez el** (invisible hand), yalnız kendi çıkarları için çalışan bireylerin davranışı sonucunda kaynakların etkin kullanımının sağlanması ve toplum refahının artması olgusudur.
- **Hanehalkı** (household); üretim, tüketim, servet birikimi, servetin aktarımı gibi çeşitli ekonomik etkinliklerin gerçekleştirildiği temel ekonomik birimdir.
- **Firma** (firm), toplum tarafından talep edilen mal ve hizmetleri kâr elde etmek amacıyla piyasaya sunan kuruluştur.
- **Devlet** (government), çıkardığı yasalar ve uyguladığı politikalarla ekonomiyi etkileyen ve aynı zamanda kendisi de üretim ve tüketim yapan merkezi ya da yerel yönetimlerdir.
- **Dış dünya** (rest of the world), çeşitli mal ve hizmetler satarak ya da satın alarak bir ekonomi ile etkileşime giren diğer tüm ekonomilerdir.

Gözden Geçirme Soruları

1. Fırsat maliyeti ne demektir? Ekonomide fırsat maliyeti kavramının önemini tartışınız.
2. Ekonomide *ceteris paribus* sözü ile ne demek istendiğini açıklayınız. Bu varsayımı yapmak neden önemlidir?
3. Yalnızca lokum ve pişmaniye üreten varsayımsal bir firmanın üretim olanakları eğrisi aşağıda verilmiştir.

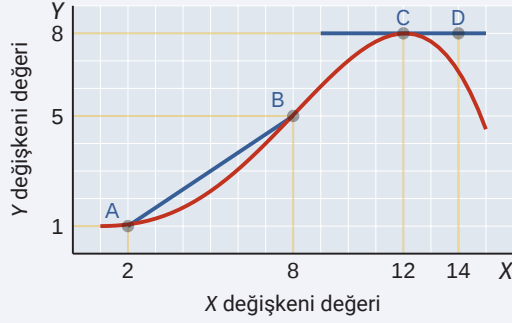


a) A noktası yerine B noktasında üretim yapılması durumunda lokumun marjinal dönüşüm oranı kaçtır?

b) B noktası yerine C noktasında üretim yapılması durumunda lokumun marjinal dönüşüm oranı kaçtır?

c) A, B ve C noktaları arasında marjinal dönüşüm oranının neden değiştiğini açıklayınız.

4. X ve Y değişkenleri arasındaki sayısal ilişki aşağıda verilmiştir.



a) Eğrinin A ve B noktaları arasındaki ortalama eğimini bulunuz.

b) Eğrinin C noktasındaki eğimini bulunuz.

Uygulama Soruları

Uygulama 1: “Çiftçi Mısırı Tercih Etti, Pamuk Üretimi Azaldı”



© Manuel Trindad Mesa | Dreamstime.com lisansı altında kullanılmıştır.

Haber özeti – Türkiye’de 2010 yılı sonrasında pamuk üreticilerinin bir bölümünün mısıra yönelmesi ile birlikte pamuk üretiminde düşüş görüldü. 2011 yılında pamuk üretimi 2 milyon 580 bin ton, mısır üretimi ise 4 milyon 200 bin ton olarak gerçekleşmişti. 2012’ye gelindiğinde ise pamuk üretimi 2 milyon 320 bin tona gerilerken, mısır miktarı 400 bin ton artışla 4 milyon 600 bin tona yükseldi. [Dünya \(2014\)](#) gazetesinin haberine göre, Türkiye Ziraat Odaları Birliği Genel Başkanı Türkiye’nin her yerinde mısır üretilebileceğini ancak stratejik bir ürün olan pamuğun yalnızca Çukurova, Söke ve Aydın gibi sınırlı yerlerde yetiştirilebildiğini vurguladı. Başkan ayrıca bu bölgelerin pamuk üretimiyle sınırlandırılmasını talep ettiklerini ve konuya ilişkin olarak Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’na bir rapor sunduklarını da bildirdi.

Sorular

1. Habere göre 400 bin ton mısır üretmenin fırsat maliyeti nedir?
2. Haberde verilen üretim bilgilerini kullanarak pamuk için marjinal dönüşüm oranını hesaplayınız.
3. Ziraat Odaları Birliği Başkanı’nın önerdiği şekilde bazı bölgeler yalnızca pamuk üretimine ayrılacak olursa pamuk ve mısırın üretim olanakları nasıl değişir? Şekil üzerinde gösteriniz.

Uygulama 2: “İhracatta Cumhuriyet Tarihinin Rekoru Kırıldı!”



© Manapxel | Dreamstime.com | İsanisi altında kullanılmıştır.

Haber özeti – 2018 yılında Türkiye’nin ihracat miktarı yüzde 7,1 artarak Cumhuriyet tarihinde o zamana kadar görülen en yüksek değer olan 168,1 milyar dolar düzeyine ulaştı. [Takvim \(2019\)](#) gazetesinin haberine göre, Ticaret Bakanı ihracattaki yükselişte Avrupa bölgesinde canlanan ekonominin yanı sıra döviz kurundaki artışların da etkili olduğunu belirtti. Bakan ayrıca “Mart ayında milli gelirimiz de açıklandığında ülkemiz ihracatının milli gelire oranında da tarihi bir zirve yakalanmasını bekliyoruz. Bu şu anlama geliyor: Türkiye, her zamankinden daha fazla dünya ekonomisine açık, dünya ekonomisine her zamankinden daha fazla entegredir” dedi.

Sorular

1. Ticaret Bakanının ihracatta yaşanan artışta Avrupa bölgesinde canlanan ekonominin yanı sıra döviz kurundaki artışın da etkili olduğunu söylemesi pozitif yaklaşıma mı yoksa normatif yaklaşıma mı örnektir?
2. Ticaret Bakanının “Türkiye, her zamankinden daha fazla dünya ekonomisine açık, dünya ekonomisine her zamankinden daha fazla entegredir” şeklindeki sözleri pozitif yaklaşıma mı yoksa normatif yaklaşıma mı örnektir?

Çoktan Seçmeli Sorular

1. Aşağıdakilerden hangisi ekonominin ilgilendiği üç temel sorudan biri *değildir*?

- a) Kimin için üretmeli
- b) Ne zaman üretmeli
- c) Nasıl üretmeli
- d) Ne üretmeli

2. Aşağıdakilerden hangisi mikroekonominin ilgilendiği konular arasında yer *almaz*?

- a) Bir firmanın kaç işçi çalıştıracağı
- b) Otomobil sektörünün yapısı
- c) Patates fiyatındaki değişim
- d) Ülkedeki işsiz sayısı

3. Aşağıdakilerden hangisinin alınıp satılması faktör piyasasında gerçekleşir?

- a) Ev
- b) Yazlık
- c) Tarla
- d) Özel otomobil

4. Sıfır noktasına göre içbükey olan bir üretim olanakları eğrisinde sağa doğru ilerledikçe marjinal dönüşüm oranı _____ .

- a) sabit kalır
- b) önce azalır sonra artar
- c) azalır
- d) artar

5. X değişkeni 10'dan 30'a çıktığında Y değişkeni 75'ten 25'e düşüyorsa bu noktalardan geçen doğrunun eğimi kaçtır?

- a) $-2,5$
- b) $2,5$
- c) $-0,4$
- d) $0,4$

Yanıtlar

Gözden Geçirme Soruları

Yanıt 1: Fırsat maliyeti, bir tercih yapılması sonucunda diğer en iyi seçenekten vazgeçmenin maliyetine denir. Birey ve toplumların elindeki kaynaklar genellikle tüm maddi istek ve ihtiyaçlarını aynı anda karşılamak için yeterli değildir. Bu nedenle insanlar hangi isteğin öncelikli olduğuna karar vermeli ve seçim yapılmalıdır. Ancak, yapılan her seçimin bir maliyeti vardır ve bu da fırsat maliyeti ile açıklanır. Yaptığımız seçimleri ve bunların sonuçlarını tam olarak anlayabilmek için kazandıklarımız ya da elde ettiklerimizin yanında vazgeçtiklerimizi de dikkat almak önemlidir.

Yanıt 2: *Ceteris paribus* Latince'de diğer her şey sabit anlamına gelir. Ekonomik çözümlerlerde sıkça kullanılan bu varsayım iki değişken arasındaki ilişkiyi sağlıklı şekilde ele alabilmek için diğer tüm etkilerin sabit tutulması gereğini vurgular. Bu varsayım yapılmadığı zaman bir değişikliğin tam olarak neden kaynaklandığını anlamak güçleşir.

Yanıt 3a: Marjinal dönüşüm oranı aşağıdaki gibi hesaplanır.

$$MRT_{XY} = \left| \frac{\Delta Y}{\Delta X} \right|$$

Üretim olanakları eğrisindeki A noktasından B noktasına gelip 0 yerine 20 kg pişmaniye üretmek istersek lokum üretimi 12 kg'den 8'e düşecektir. Bu durumda pişmaniye için marjinal dönüşüm oranını aşağıdaki gibi hesaplarız:

$$MRT_{XY} = \left| \frac{8 - 12}{20 - 0} \right| = \left| -\frac{4}{20} \right| = 0,2$$

Demek ki A ve B noktaları arasında 1 kg daha fazla pişmaniye üretmek istenirse bunun karşılığında (ortalama) 200 gram lokumdan vazgeçmek gereklidir.

Yanıt 3b: Üretim olanakları eğrisinde B noktasından C'ye gelinmesi durumunda pişmaniye için marjinal dönüşüm oranı aşağıdaki gibi bulunur:

$$MRT_{XY} = \left| \frac{0 - 8}{30 - 20} \right| = \left| -\frac{8}{10} \right| = 0,8$$

Yanıt 3c: Daha çok pişmaniye üretmek istedikçe pişmaniye lokum cinsinden fırsat maliyeti giderek artmaktadır. Bunun nedeni üretimde kullanılan kaynakların sınırlı olması ve bu kaynaklar tek bir ürün için kullanıldığından giderek daha az verimli olmasıdır. Örnek olarak, lokum yapımında uzmanlaşmış bazı işçilerin pişmaniye yapmaya çalışması verim kaybına yol açabilir.

Yanıt 4a: Eğrinin A ve B noktaları arasındaki eğimini bulmak için iki nokta arasındaki doğruyun eğimini hesaplarız. Şekilde A ve B noktaları arasındaki doğru parçasının Y değeri 1'den 5'e yükselmekte, X değeri ise 2'den 8'e çıkmaktadır. Buna göre iki nokta arasındaki ortalama eğim şudur:

$$\text{Eğim} = \frac{5 - 1}{8 - 2} = \frac{4}{6}$$

Yanıt 4b: C noktasındaki eğimi bulmak için eğriye bu noktada bir teğet çizir ve bu doğru parçasının eğimini hesaplarız. C ve D noktaları arasında teğetin Y değerinin 8'de sabit kaldığı,

X değerinin ise 12'den 14'e çıktığı anlaşılmaktadır. Buna göre eğim aşağıdaki gibi bulunur:

$$\text{Eğim} = \frac{8 - 8}{14 - 12} = 0$$

Görüldüğü gibi, eğrinin maksimum olduğu C noktasında teğet yatay eksene paralel olduğu için eğim de 0 olarak hesaplanmaktadır.

Uygulama Soruları

Uygulama 1

Yanıt 1: 2011-2012 yılları arasında mısır üretiminin 400 bin ton artarak 4 milyon 600 bin tona yükselmesi pamuk üretiminin 2 milyon 580 bin ton düzeyinden 2 milyon 320 bin tona gerilemesi pahasına olmuştur. Buna göre 400 bin ton daha fazla mısır üretmenin fırsat maliyeti 260 bin ton pamuktur.

Yanıt 2: Mısır için marjinal dönüşüm oranını hesaplamak için pamuk üretimindeki değişim miktarını mısırdaki değişim miktarına böler ve mutlak değerini alırız:

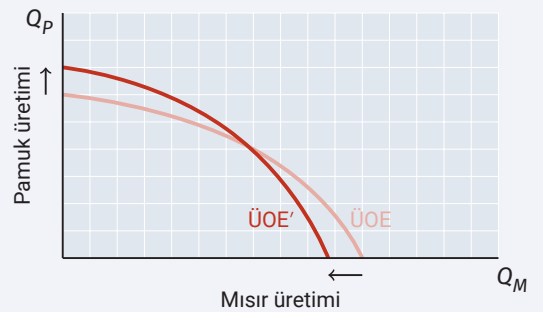
$$MRT_{MP} = \left| \frac{\Delta \text{Pamuk}}{\Delta \text{Mısır}} \right|$$

$$MRT_{MP} = \left| \frac{2320 - 2580}{4600 - 4200} \right| = \left| -\frac{260}{400} \right| = 0,65$$

Demek ki 2011 yılındaki üretim düzeyinde 1 ton daha fazla mısır üretmek istenirse bunun

karşılığında 0,65 ton (650 kilogram) pamuktan vazgeçmek gereklidir.

Yanıt 3: Çukurova, Söke ve Aydın gibi bazı bölgelerin pamuk üretimiyle sınırlandırılması sonucunda pamuk için kullanılabilecek tarım alanı artarken mısırın tarım alanı azalır. Bunun sonucunda üretim olanakları eğrisi pamuk ekseninde genişler ve aynı anda mısır ekseninde daralır. Üretim olanakları eğrisindeki değişim şekilde gösterilmiştir.



Uygulama 2

Yanıt 1: Diğer her şeyin sabit olduğu varsayımı altında, ihracat yapılan ülkelerde ekonomini canlanması ve döviz kurunun yükselmesine bağlı olarak ihracatta artış gerçekleşmesi bilim dünyası tarafından kanıtlanmış ve ölçülebilir ekonomik olgulardır. Dolayısıyla Ticaret Bakanının bu yorumu pozitif yaklaşıma örnek olarak gösterilebilir.

Yanıt 2: Habere göre Ticaret Bakanı bu görüşünü Türkiye'de ihracatının milli gelire oranının

arttığı yönündeki beklentisine dayandırmaktadır. Öte yandan bu oranın yükselmesi farklı nedenlerle gerçekleşebilir. Örnek olarak, ihracatın artmasına bağlı olabileceği gibi milli gelirin azalmasından da kaynaklanmış olabilir. Ayrıca burada ürün ve ülke çeşitliliği ile ithalat gibi farklı etkileri de dikkate almak gereklidir. Dolayısıyla Bakan'ın bu sözleri kişisel görüş niteliğindedir ve bu nedenle normatif yaklaşıma örnektir.

Çoktan Seçmeli Sorular

Yanıt 1: B'dir. Ekonomi biliminin ilgilendiği üç temel soru (1) ne üretmeli, (2) nasıl üretmeli ve (3) kimin için üretmeli sorularıdır. Bir toplum elindeki kaynakların sınırlı olması nedeniyle ilk önce neleri üreteceğini seçmelidir. Daha sonra bunları en iyi nerede ve nasıl üretilebileceğine karar vermelidir. Son olarak, bu ürünlerin toplum bireyleri arasındaki dağıtımının ne şekilde gerçekleşeceği belirlenmelidir. Ne zaman üretmeli sorusu ise üç temel sorudan biri değildir.

Yanıt 2: D'dir. Mikroekonomi, ekonomideki karar alıcıları tekil olarak ele alır. Bu nedenle; belli bir firmanın kaç işçi çalıştıracağı, otomotiv gibi tek bir sektörün yapısı ve tek bir malın fiyatında görülen değişim mikroekonominin ilgi alanına girer. Ülkedeki işsiz sayısı ise ekonomik toplamaların davranışını inceleyen makroekonominin konusudur.

Yanıt 3: C'dir. Faktör piyasası, üretim yapmak için gerekli araç ve maddelerin alınıp satıldığı piyasaya denir. Toprak, üretimde kullanılan bir girdidir ve faktör piyasasında alınıp satılır. Diğer seçeneklerde verilen ev, yazlık ve otomobil ise ürün piyasasında alınıp satılan mallardır.

Yanıt 4: D'dir. Marjinal dönüşüm oranı üretim olanakları eğrisinin mutlak değer olarak eğimidir. Sıfır noktasına göre içbükey olarak çizilen üretim olanakları eğrisi üzerinde yatay ekseninde sağa doğru ilerledikçe üretim olanakları eğrisi dikleşir. Üretim olanakları eğrisinin eğiminin mutlak değer olarak artması ile birlikte marjinal dönüşüm oranı da artar.

Yanıt 5: A'dır. Bir doğru söz konusu olduğunda eğim = $\Delta Y / \Delta X$ formülüyle bulunur. Örnekte $\Delta Y = 25 - 75 = -50$ ve $\Delta X = 30 - 10 = 20$ 'dir. Buna göre eğim aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$\Delta Y / \Delta X = -50 / 20 = -2,5$$