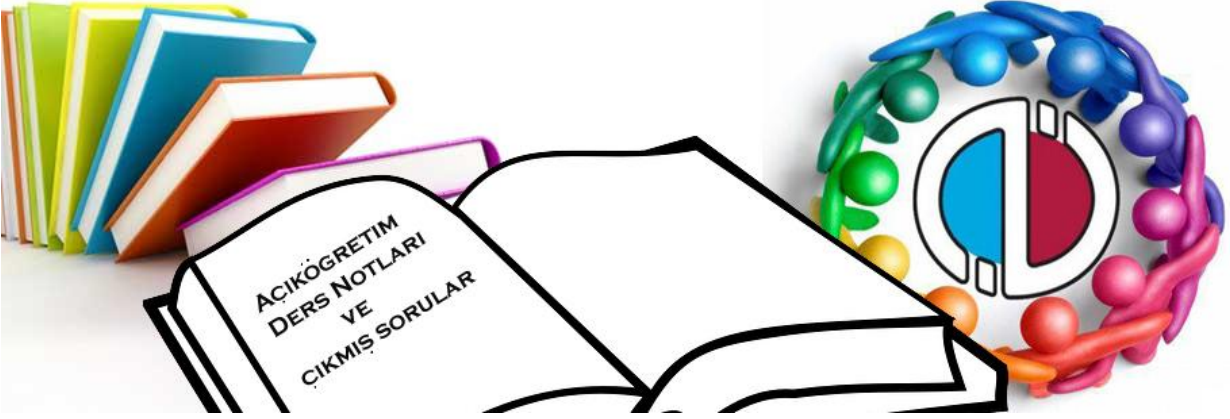




İKTİSADA GİRİŞ 1

www.norfulpaylasim.com

DERS ÖZET

SORU BANKASI

İKTİSADIN TEMEL KAVRAMLARINA GİRİŞ

İKTİSADIN TANIMI

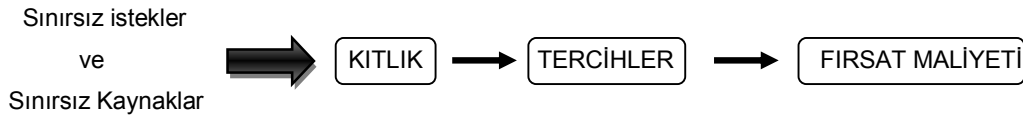
- Alfred Marshall' a göre iktisat, “**sıradan iş yaşamında insanoğlunun incelenmesi**” dir.
 - Jacob Viner' e göre iktisat, “**iktisatçıların yaptığı iş**” tir.
 - Lionel Robbins, İktisat Bilimi'nin Yapısı ve Önemi adlı kitabında iktisadı, “**alternatif kullanım alanlarına sahip kıt kaynaklar ile araçlar arasındaki ilişkiyi inceleyen bir bilim dalı**” biçiminde tanımlamıştır.
 - Paul A. Samuelson iktisadı, “**farklı malları üretmek ve toplumdaki farklı gruplar ve kişiler arasında şimdi veya gelecekte tüketilmek amacıyla dağıtmak için; insanlar ve toplumun kıt kaynakları nasıl kullandıklarının incelenmesi**” olarak tanımlar. *Günümüzde yaygın olarak kullanılan iktisat tanımını Paul A. Samuelson geliştirmiştir.
 - **İktisat** : İnsanların sonsuz olan isteklerinin, kıt kaynaklarla nasıl düzenleneceğini inceleyen sosyal bir bilimdir. Bu incelemeyi yaparken toplumun siyasal gerçekleri, karar verme mekanizmaları ve sosyal gelenekleri veri olarak kullanır.
- Kıt Kaynaklar** : Üretim faktörleridir. Üretim faktörleri; emek (işgücü), sermaye, doğal kaynak (toprak) ve girişimciliktir.

TEMEL İKTİSADİ KAVRAMLAR

Kıtlık, Tercih ve Fırsat Maliyeti

Kıtlık; sonsuz olan insan isteklerinin kaynaklardan fazla olmasıdır. Kıtlık sorunu nedeniyle hem tercihlerimiz sınırlandırılır, hem de tercihler arasından bir seçim yapma zorunluluğu ortaya çıkar. Kıtlık sorunu nedeniyle yaptığımız tercih sonucunda bazı fırsatlardan vazgeçeriz. Bir şeyi elde etmek veya bir isteği tatmin etmek için en iyi alternatif yapılan tercihin **fırsat maliyeti**dir.

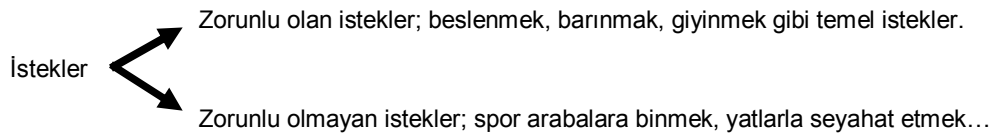
- Fırsat maliyeti; bireysel tercihler sonucunda olabileceği gibi, toplumu ve hatta dünyayı ilgilendiren kararlarla da olabilir.



İstekler ve İhtiyaçlar

İstek; gelir sınırsız iken tatmin edilmek istenen duygulardır.

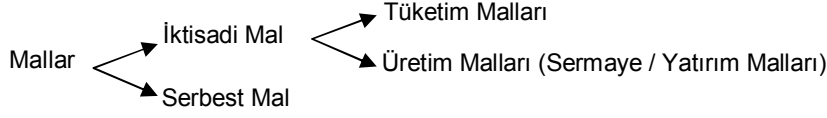
İhtiyaç; sınırlı gelirle tatmin edilmek istenen duygulardır.



- Zorunlu ve zorunlu olmayan istekleri; birbirinden kesin olarak ayırmak mümkün değildir. Çünkü isteklerin derecesi ve şekli, insanların yaşadığı toplumun yapısına, yaşa, cinsiyete, sosyal sınıf ve mesleklere göre değişiklik gösterebilir.

Mallar ve Hizmetler

Mallar : Bireylerin tatmin sağladıkları tüm nesnelerdir.



- **Serbest Mal** : çaba sarf etmeden elde edilen mallardır. Örneğin, havayı solumak.
- **İktisadi Mal** : Elde edebilmek için bedel ödenen mallardır. Ekmek, benzin, tereyağı.
 - **Tüketim Malı (Nihai Mal)** : Tüketiciler tarafından isteklerin karşılanmasında doğrudan kullanılan mallardır. Gıda maddeleri, giysiler gibi.
 - **Üretim Malı (Sermaye / Yatırım Malı)** : Tüketici malları ya da diğer üretici malları üretiminde kullanılan mallardır. Otomobil üretiminde kullanılan robot, bir fırıncının fırını gibi.
 - Mallar, faydalı olabilecekleri yaşam uzunluğuna göre dayanıklı ve dayanıksız olmak üzere ikiye ayrılırlar. Dayanıklı mallar, düzenli olarak kullanıldığında en az üç yıl fayda sağlayan mallardır; buzdolabı, otomobil, bilgisayar gibi. Dayanıksız mallar ise, fayda sağladığında yok olan, biten mallardır; ekmek, çikolata gibi.

Hizmetler : İstekleri tatmin etmede kullanılan, maddi özellikleri olmayan nesnelerdir. Tüketiciler tarafından satın alınan zihinsel veya fiziki emeği içerir. Örneğin; avukatlar, diş hekimleri, hastanede bakım, internet erişimi, öğrenim, konser birer hizmettir.

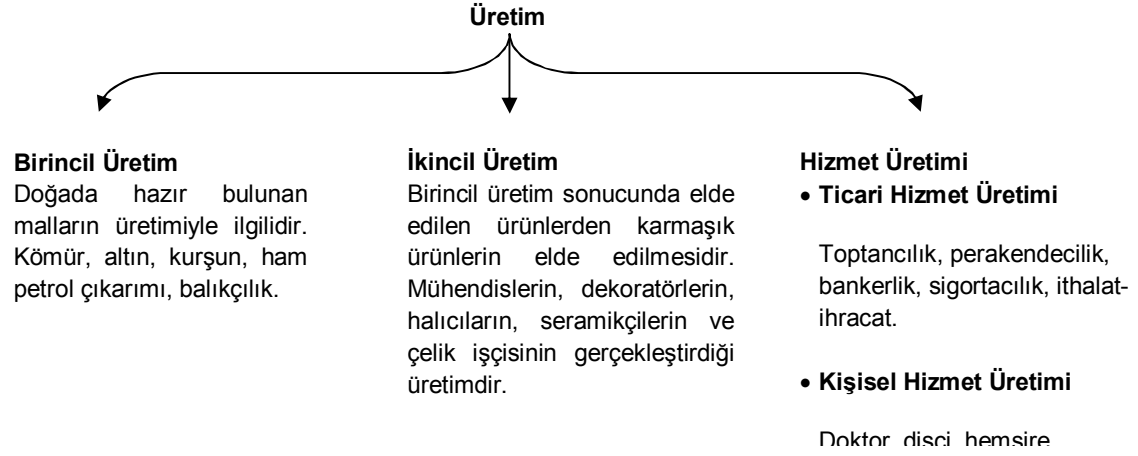
Hizmetler malların aksine dokunulamazlar ve üretildikleri anda tüketilirler. Dolayısıyla stoklanabilme özellikleri yoktur ve mülkiyeti de bir başkasına devredilemez.

Fayda, Değer ve Fiyat

- **Fayda** : Bir kişinin bir malın tüketiminden elde ettiği doyumdur, *bir mal veya hizmetin bir isteği giderme özelliğidir.
- **Değer** : Herhangi bir mal veya hizmetin değeri, o mal veya hizmetin fırsat maliyeti cinsinden ölçülür. Örneğin; birey, bir kazak alacak parayı kazanmak için beş saat çalışmaya razıdır. O halde, kazağın o kişiye göre değerinin beş saatlik dinlenmeden fazla olduğunu söyleyebiliriz. Değeri olan, bir mal veya hizmet istekleri tatmin etme özelliğine sahiptir. Her malın değeri yoktur. Örneğin; soluduğumuz hava yaşam için gereklidir fakat vurgulanan anlamda bir değere sahip değildir.
- **Fiyat** : Mal ve hizmetlerin değerlerinin para ile ifade edilmesidir.

Üretim ve Üretim Faktörleri

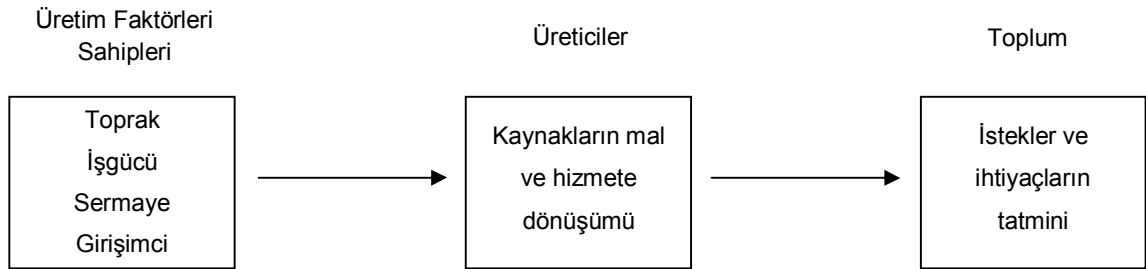
Üretim, iktisadi ürünlerin miktarını veya faydasını artırmak veya yararlı hizmetler sunmak amacıyla harcanan tüm çabaları ifade eder. Bir başka deyişle üretim, istekleri tatmin etmek için fayda yaratılmasıdır.



Üretim Faktörleri : Mal ve hizmet üretmek için kullanılan, miktarı sınırlı ve emek, sermaye, toprak ve girişimcilik olarak sınıflandırılan nesnelerdir.

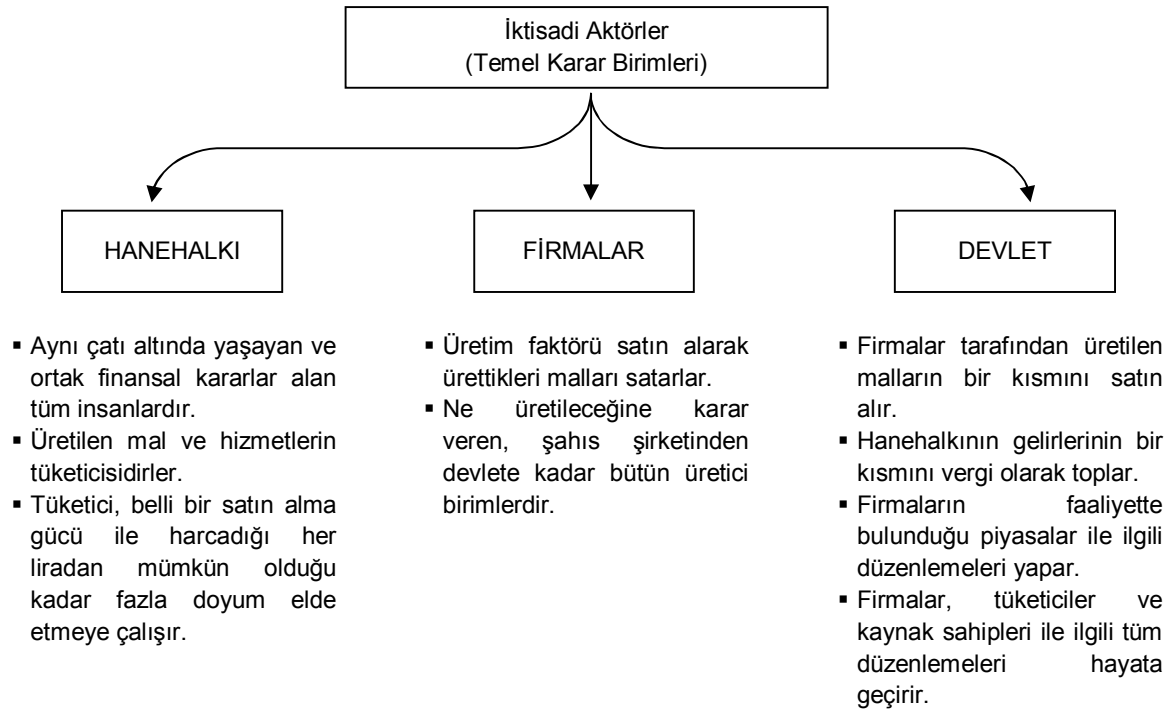
Üretim Faktörleri	➤ Emek (işgücü) : Mal ve hizmet üretmek için kullanılan insanların fiziki ve zihinsel çabalarıdır. Emek hizmeti karşılığı ücret ödenir. ➤ Sermaye : Mal ve hizmet üretiminde kullanılan makine ve ekipman gibi unsurlardır. Fabrika, makine ve aletler, dağıtım ve depolama araçları gibi. Sermayenin kullanılması sonucu yapılan ödemeler faiz denir. ➤ Toprak : Mal ve hizmet üretiminde kullanılan, fabrika arazisi, doğal mineraller, su gibi doğal kaynaklardır. Toprak kullanımı karşılığında yapılan ödemelere rant denir. ➤ Girişimcilik : Mal ve hizmet üretmek için diğer üretim faktörlerini bir araya getiren ve bunun için risk üstlenen kişidir. Kâr elde eder.
--------------------------	--

Üretim Faktörleri ve İhtiyaçlar Arasındaki İlişki



Üreticiler, faktör sahiplerinden satın aldıkları üretim faktörlerini, toplumun isteklerini tatmin etmek için mal ve hizmetlere dönüştürmektedir.

Temel Karar Birimleri



İKTİSADIN YÖNTEMİ

- İktisat bilimi yöntem olarak **bilimsel yöntemi** kullanır. Burada dört aşamadan oluşan bir süreç izlenir.
 - **Birinci Aşama** : Gerçek yaşamla ilgili gözlemler yapılır. Gerçek dünyada davranışlar ve sonuçlara bakılır.
 - **İkinci Aşama** : Bu gözlemler kullanılarak, neden-sonuç ilişkilerine bir açıklama getirilir. (hipotez)
 - **Üçüncü Aşama** : İkinci aşamadaki açıklamanın ne kadar geçerli olduğunu belirlemek için, belli olayların sonuçları ile hipoteze dayanılarak elde edilen sonuçlar teste tabi tutulur.
 - **Dördüncü Aşama** : Hipotezin geçerli olduğu yönünde bulgular elde edilirse, hipotez teoriye dönüştürülür, bir teori, iktisadi bir yasa ya da ilke olarak değerlendirilir.
- Bu teoriler oluşturulurken, iktisatçılar Ceteris-paribus varsayımını kullanırlar.

Ceteris-Paribus : İki değişken arasındaki ilişkiyi analiz ederken, bir değişken dışında diğer tüm değişkenlerin sabit kaldığını varsayar.
- İktisadi teori ve modelleri geliştirirken yanlış sonuçlara neden olabilecek iki şeyden kaçınmak gerekir:

Terkip Hatası : Birey için iyi veya doğru olan bir şeyin grup içinde mutlaka iyi ve doğru olacağı biçimindeki görüştür.

Nedenseme Yanlışlığı : Olayların zamanlaması nedeniyle yapılan neden-sonuç ilişkisine dair değerlendirme hatalarını içerir.

İKTİSADIN BÖLÜMLERİ

- **Mikro İktisat** : Ekonomideki piyasalar ve bireysel karar birimlerini inceler.

Temel konuları : Tüketici davranışı, fayda-maliyet analizi, firmaların kârlarının incelenmesi, fiyatlama.

- **Makro İktisat** : Ekonominin işleyişini bir bütün olarak inceler. Milli gelir, para, bankacılık, enflasyon, ekonomik büyüme gibi makro konuları inceler.
- **Pozitif İktisat** : İktisatta ne olduğu ile ilgilenir, bilimsel açıklamalar oluşturmaya çalışır.
- **Normatif İktisat** : Daha çok görüş ve değer yargılarına dayanarak iktisadi olayların ne olması gerektiği ile ilgilenir.

ÜRETİM İMKANLARI MODELİ

Modelin Varsayımları

1. Tüm üretim faktörlerinin miktarı sabittir. Yani işçi sayısı, makine ve ekipman miktarı, kamyon ve diğerlerinin sayısında bir değişiklik yoktur.
2. Tüm kaynaklar tam olarak kullanılmalıdır.
3. Var olan teknoloji değişmemekte ve aynı kalmaktadır.

Teknoloji : Bir toplumun mal ve hizmetleri nasıl üreteceği konusunda kullanabileceği bilgi havuzudur.

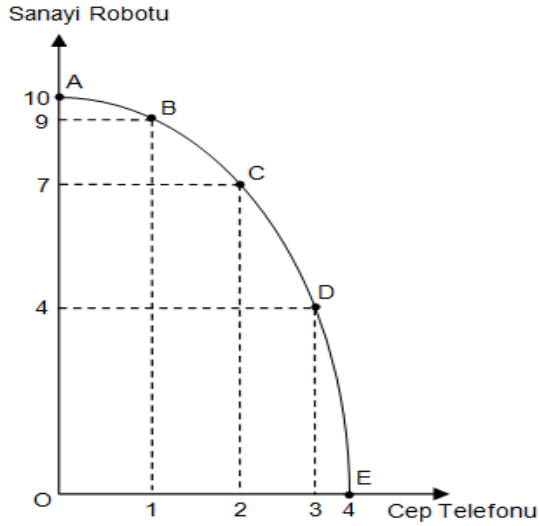
4. Ekonomide biri üretim malı (sanayi robotu), diğeri de yüksek teknolojiye dayanlı tüketim malı (cep telefonu) olmak üzere iki mal üretilmektedir.

Üretim İmkânları Tablosu

Üretim Alternatifi	Cep Telefonu (adet)	Sanayi Robotu (adet)
A	0	10
B	1	9
C	2	7
D	3	4
E	4	0

- A alternatifi; eğer tüm kaynaklar sanayi robotu üretiminde kullanılırsa 10 adet sanayi robotu üretilebileceğini ve hiç cep telefonu üretilmeyeceğini gösterir.
- E alternatifinde tüm kaynaklar cep telefonu üretiminde kullanıldığında 4 adet cep telefonu üretileceğini ancak hiç sanayi robotu kullanılamayacağı görülür.
- B, C ve D alternatiflerinde ise, tüketim malları (cep telefonu) ve sermaye mallarının (sanayi robotu) farklı bileşimleri gösterilir.

Üretim İmkânları Eğrisi; sabit teknoloji ve tüm kaynakların kullanılması ile üretilebilecek tüm mal üretim bileşimini gösterir.



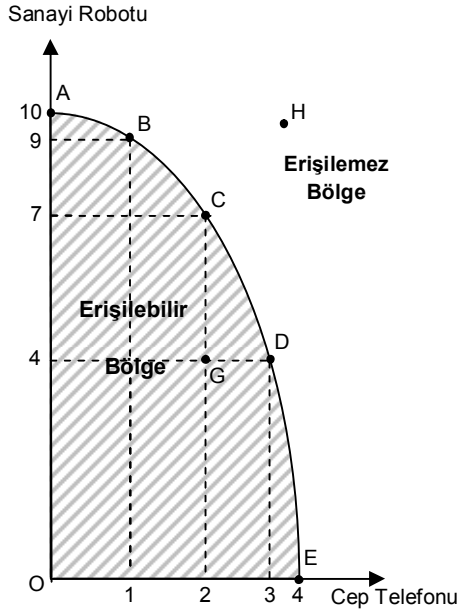
- Eğri üzerindeki her nokta, iki maldan üretilebilecek maksimum çıktı düzeyini verir.
- Üretim imkanları eğrisi orijine göre içbükeydir. Bu nedenle iki mal arasındaki fırsat maliyeti A noktasından E noktasına inildikçe artar. Yani;
A noktasından B noktasına hareket edildiğinde 1 tane daha fazla cep telefonu üretmenin maliyeti, 1 tane daha az sanayi robotu üretmektir. Aynı şekilde B' den C' ye, C' den D' ye, D' den E' ye hareket edildiğinde; cep telefonu üretmenin fırsat maliyeti artmaktadır. Yani her defasında daha fazla sanayi robotu üretiminden vazgeçilmektedir.

Artan Fırsat Maliyetleri Yasası : Bir maldan daha fazla ek birim üretilmek istendiğinde, diğer maldan her defasında daha fazla vazgeçmek zorunda kalmaktır. *Bir ekonomideki iktisadi kaynakların, ekonomideki kullanımlara tamamen adapte olmamasının sonucunda iktisat biliminde "artan fırsat maliyetleri yasası" olgusu ortaya çıkmıştır.

İktisadi Kavramlar ve Üretim İmkânları Eğrisi

Üretim imkanları eğrisi kullanılarak; kıtlık, tercih, fırsat maliyeti, üretimde etkinlik-etkinsizlik, işsizlik ve iktisadi büyüme gibi iktisadi kavramlar açıklanabilir.

Kıtlık, Tercih ve Fırsat Maliyeti



Erişilebilir bölge; mevcut kaynaklar ve teknoloji kullanılarak üretimin yapıldığı bölgedir.

- Erişilebilir bölgede, bireyler istedikleri mal bileşimini tercih edebilirler. Örneğin; A veya B noktasında üretim yapılabilir, ancak bunlar arasında tercih yapılması zorunludur.

Erişilemez bölge ise; mevcut kaynaklar ve teknoloji kullanılarak üretilmesi mümkün olmayan mal bileşimidir.

- Fırsat maliyeti ise; eğri üzerinde bir noktadan diğerine hareketle açıklanabilir. Örneğin; C noktasından D noktasına hareket edildiğini varsayalım. C noktasında 7 adet sanayi robotu ile 2 adet cep telefonu üretilmektedir. D noktasında ise 4 adet sanayi robotu ile 3 adet cep telefonu üretilmektedir. Dolayısıyla 1 adet daha fazla cep telefonu üretmenin fırsat maliyeti 3 adet sanayi robotu olmaktadır.

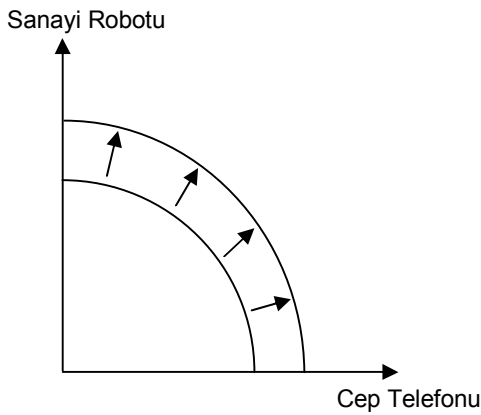
Üretimde Etkinlik; mevcut kaynaklar ve teknoloji ile maksimum çıktının üretildiği durum.

- Eğri üzerinde A, B, C, D ve E noktaları etkindir. Çünkü; bu noktaların hepsinde mevcut kaynaklar ve teknoloji ile en fazla üretim elde edilir.
- Eğri üzerinde G noktası etkin değildir. Çünkü; ekonomi bu noktada mevcut kaynakları ile elde edebileceği üretim düzeyinin altında üretim yapmaktadır.
- H noktası ise; zaten ekonominin mevcut kaynakları ile üretim yapmasının mümkün olmadığı bir noktadır.

Üretimde İşsizlik

Ekonomide, üretimde etkinlik sağlanmadığı zaman, bunun nedeni mevcut kaynakları tam anlamıyla kullanılmaması olabilir. Bu da işsizliğe yol açar.

İktisadi Büyüme



- Üretim imkânları modelinin varsayımlarından, kaynakların ve teknolojinin sabit olduğu varsayımları geçerliliğini yitirdiğinde, üretim imkânları eğrisinin şekli ve ekonominin üretebileceği üretim düzeyi değişir.
- Bir ekonomideki üretken kapasitedeki artışa, iktisadi büyüme denir ve bu durumda üretim imkânları eğrisi dışa doğru değişir.
- İktisadi büyümeyi etkileyen iki ana etken vardır;

İKTİSADİ SORUN VE İKTİSADİ SİSTEMLER

İktisadi Sorunlar

Ne üretilecek? → Mevcut kaynaklar ve teknoloji ile belirlenebilir.

Ne kadar üretilecek? → Uygulanacak olan üretim teknolojisi ve iktisadi sistemle ilgilidir.

Nasıl üretilecek?

Kimin için üretilecek?

Sosyalist Sistemde; devlet büyük ölçüde kaynakların mülkiyetine sahiptir. Üretim faktörlerinin nasıl kullanılacağı, hangi malların ne miktarda üretileceği ve kimler arasında dağıtılacağı gibi önemli kararları devlet alır.

Kapitalizm (Serbest Piyasa Ekonomileri Sistemi)' de; üretim faktörleri özel mülkiyettedir. İktisadi faaliyetlerin düzenlenmesi ve yönlendirilmesi serbest piyasalar ve fiyatlar aracılığıyla yapılır. "Bırakınız yapsınlar" anlayışı vardır. Devletin görevi, sadece özel mülkiyeti korumak ve piyasa sisteminin iyi işlemesini sağlamakla sınırlıdır. *Kapitalist sistemde "piyasa sistemi" aracılığıyla hangi malların ne miktarda, nasıl ve kimin için üretileceği sorularının yanıtları verilir.

Karma İktisadi Sistem : (ABD, Almanya, Türkiye) : Hem kapitalist hem de sosyalist sistemin çeşitli araçları kullanılır. Devletin görevi, ekonomik yaşamın yasal çerçevesini belirlemektir. Ayrıca devlet güvenlik ve eğitim gibi kamu hizmetlerini karşılamakta, fakat çoğu kararlar piyasa mekanizması yardımıyla alınmaktadır.

1.ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR - I

1. Aşağıdakilerden hangisi iktisat biliminin temel çalışma konusudur?

- a. Kıtlığı yok etmek için gerekli yöntemlerin bulunması.
- b. Hisse senetleri ve bono gibi finansal araçların incelenmesi.
- c. Kıt kaynakların, sınırsız istekleri tatmin için nasıl dağıtılacağı.
- d. Tüketicilerin neden belli malları satın alıp, diğerlerini almadıkları.
- e. İnsanların nasıl tercih yaptıkları.

2. Aşağıdakilerden hangisi mikro iktisadi bir örnektir?

- a. Yeni bilgisayar fiyatlarının incelenmesi.
- b. Türkiye bütçesinin değerlendirilmesi.
- c. İşsizlikle mücadelede ne tür politikalar gerektiği konusunda öneriler.
- d. Türkiye'de enflasyonun tarihi.
- e. Türkiye'de cari açığın nedenlerinin incelenmesi.

3. Her ekonomide yanıtı bulunması gereken üç temel soru hangisidir?

- a. Hangi mallar, nasıl, kim tarafından üretilmeli?
- b. Hangi mallar, nasıl üretilmeli, kim tarafından tüketilmeli?
- c. Hangi mallar, nasıl, neden üretilmeli?
- d. Hangi mallar, nasıl, ne zaman üretilmeli?
- e. Hangi mallar, nerede, ne zaman üretilmeli?

4. Aşağıdakilerden hangisi Sosyalist sistemde vardır?

- a. Özel mülkiyet.
- b. Piyasa mekanizmasının geçerli olması.
- c. İktisadi serbestlik.
- d. Devletin kararları alması.
- e. Özel girişim özgürlüğü.

5. Bir kapitalist ekonomide, iktisadi faaliyetleri koordine etmek için aşağıdakilerden hangisi kullanılır?

- a. Gelenekler.
- b. Devlet.
- c. Merkezi planlama örgütü.
- d. İşletmeler.
- e. Fiyatlar.

6. Aşağıdakilerden hangisi bir üretim faktörü örneğidir?

- a. Traktör.
- b. Hisse senedi.
- c. Bono.
- d. Yüz TL kağıt para.
- e. Bir tabak pirinç pilavı ile kuru köfte.

7. Aşağıdakilerden hangisi bir ticari hizmet değildir?

- a. Bankaların para transferi.
- b. Diş hekiminin yaptığı implant.
- c. Yeni bir sigorta poliçesi satımı.
- d. Ulaşım.
- e. X şirketinden aldığınız yeni internet.

8. Üretim imkânları eğrisi üzerindeki her nokta;

- a. Üretimde etkin değildir.
- b. Tüm kaynaklar kullanmadan üretilebilir.
- c. Etkin ve erişilebilirdir.
- d. Mevcut kaynaklar ve teknoloji ile üretilemez.
- e. Kaynak dağıtımında hata yapıldığını gösterir.

9. Bir ülkenin üretim imkânları, ülkenin 40000 bilgisayar ile 20000 televizyon ya da alternatif olarak 25000 bilgisayar ile 40000 televizyon seti üretebileceğini göstermektedir. Ek bir televizyon üretmesinin fırsat maliyeti aşağıdakilerden hangisidir?

- a. 15000 bilgisayar.
- b. 1.33 bilgisayar.
- c. 20000 televizyon seti.
- d. 3/4 bilgisayar.
- e. 0.75 televizyon seti.

10. Bir ülke yeni petrol yatakları keşfederse aşağıdakilerden hangisi gerçekleşir?

- a. Üretim imkanları eğrisi üzerinde bir noktadan diğerine hareket olur.
- b. Üretim imkanları eğrisi orijine doğru kayar.
- c. Üretim imkanları eğrisi değişmez ama daha dikleşir.
- d. Üretim imkanları eğrisinde hiçbir değişiklik olmaz.
- e. Üretim imkanları eğrisi sağa doğru kayar.

1.ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR - II

1. İktisadın, bir bütün olarak ekonomiyi ve toplulaştırılmış ekonomik davranışı inceleyen bölümüne ne ad verilir?
 - A) Negatif İktisat
 - B) Pozitif İktisat
 - C) Mikro İktisat
 - D) Normatif İktisat
 - E) Makro İktisat

2. İnsanların daha rasyonel davranmalarını zorunlu hale getirmesi ve bu sayede insanların ihtiyaçlarını tatmin etmek amacı ile bir sıralama ve tercih yapmak durumunda kalmaları ihtiyaçların hangi özelliği için geçerlidir?
 - A) İnsan ihtiyaçlarının sonsuz olması
 - B) Bazı ihtiyaçların, tatmin edildikçe şiddetlerinin azalması
 - C) İhtiyaçların, şiddet bakımından farklılık göstermesi
 - D) Tatmin edildikçe, ihtiyacın şiddetinin azalması
 - E) İhtiyaçların veya ihtiyaçları tatmine yarayan araçların ikame edilebilmesi

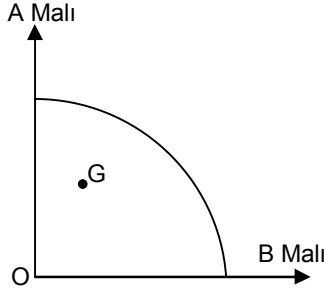
3. Üretim imkânları eğrisinin tanımı aşağıdakilerden hangisinde verilmiştir?
 - A) Bir maldan bir birim daha fazla üretmek için öteki maldan ne kadar fedakarlık etmek gerektiğini gösteren eğridir.
 - B) Mevcut üretim faktörleri ve üretim teknolojisi veri iken, belirli bir dönemde ekonominin maksimum düzeyde üretebileceği çeşitli ürün bileşimlerini gösteren eğridir.
 - C) Belirli bir zaman diliminde bir maldan bir birim daha fazla tüketilmesi sonucu toplam faydada meydana gelen değişimi gösteren eğridir.
 - D) Gelirdeki bir artışa karşın talebi azalan malların bileşimin gösteren eğridir.
 - E) Bir malın ilave miktarları tüketildikçe elde edilen ek faydayı gösteren bir eğridir.

4. Tercih ve fırsat maliyeti ile ilgili olarak aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?
 - A) Yapılan tüm seçimler bir maliyet içerir, yani bedavacılık yoktur.
 - B) Belirli bir tercih ya da davranış için vazgeçmek zorunda olduğumuz en değerli alternatif bu seçimin ya da davranışın fırsat maliyetidir.
 - C) Bir karara ilişkin fayda ve maliyet analizi doğru yapılmıyorsa, kıt kaynakların nasıl kullanılacağı konusunda sağlıklı değerlendirme yapılamayacaktır.
 - D) Bir malı satın almak için vazgeçtiğimiz TL miktarı o mal için alternatif maliyettir.
 - E) Rasyonel seçimlerin yapılabilmesi için, dikkate alınan her bir seçenek ya da alternatifte ilişkin maliyetlerin karşılaştırılması gerekir.

5. Aşağıdakilerden hangisi dayanıklı mal niteliğindedir?
 - A) Otomobil
 - B) Şeker
 - C) Benzin
 - D) Ekmek
 - E) Tuz

6. Mevcut üretim faktörleri ve üretim teknolojisi veri iken, belirli bir dönemde ekonominin maksimum düzeyde üretebileceği çeşitli ürün bileşimlerini gösteren eğriye ne ad verilir?
 - A) Üretim imkânları eğrisi
 - B) Alternatif maliyet eğrisi
 - C) Değişim eğrisi
 - D) Faktörler arası ikame eğrisi
 - E) Maliyet eğrisi

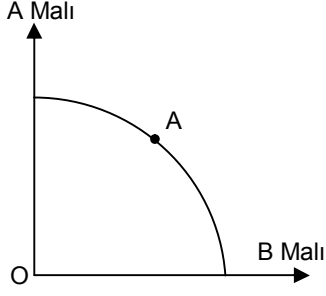
7. Aşağıdakilerden hangisi iktisadın sosyal bir bilim olarak değerlendirilmesine neden olur?
 - A) İktisadi ilkelerin gözlemlere dayandırılması
 - B) Teknik ve sayısal yöntemler kullanmaya elverişli olmaması
 - C) İnsan ihtiyaçlarının incelenmesi
 - D) Laboratuvar ortamına sahip olmaması
 - E) Elde edilen sonuçların kontrollü deneylere dayandırılması



Yandaki şekilde yer alan üretim imkânları eğrisine göre, G noktası için aşağıda yapılan değerlendirmelerden hangisi doğrudur?

8. A) Ekonomide verimlilik en yüksek düzeydedir.
B) Ekonomide tam kapasite sınırını zorlamaktadır.
C) Ekonomide etkin üretim sağlanamamaktadır.
D) Ekonomide küçülme yaşanmaktadır.
E) Ekonomide aşırı istihdam söz konusudur.
9. Belirli bir gelir düzeyinde tüketimini arttırmak için başka malların tüketiminden vazgeçilmesi gerekmeyen ve paylaştırılmaları konusunda da bir probleme neden olmayan mal türü aşağıdakilerden hangisidir?
A) Serbest mal B) Ekonomik mal
C) Tüketici malları D) Sermaye malları
E) Dayanıklı mallar
10. Aşağıdakilerden hangisi para ile sermaye kavramları arasındaki farkı ifade eder?
A) Para bir finansal araç, sermaye bir üretim faktörü niteliğindedir.
B) Para bir üretim faktörü, sermaye bir finansal araç niteliğindedir.
C) Para dolaysız bir üretim faktörü, sermaye dolaylı bir üretim faktörü niteliğindedir.
D) Para fiziki bir kaynak, sermaye finansal bir kaynak niteliğindedir.
E) Para beşeri bir kaynak, sermaye finansal bir kaynak niteliğindedir.
11. Ekonomik mal kavramının ortaya çıkmasının ardında yatan iktisadi olgu aşağıdakilerden hangisidir?
A) Kıtlik B) Refah C) Verimlilik
D) Fiyat E) Rasyonellik
12. Bir malın satın alınmak istenen miktarı ile fiyatı arasındaki ters yönlü ilişkiye ne ad verilir?
A) Talep B) Gelir etkisi
C) İkame etkisi D) Talep kanunu
E) Rasyonel seçim
13. Bir kavramı belirleyen çok sayıda değişkenden bir tanesinin değişebileceği, diğer değişkenlerin ise sabit kalacağı varsayımına ne ad verilir?
A) Ceteris paribus D) Homo economicus
B) Vice versa E) Mutadis mutandis
C) Laissez faire
14. Tercih yapmak veya karar almak durumunda olan bir iktisadi birimin kendi hedefine uygun biçimde hareket etmesine ne ad verilir?
A) Optimal davranış
B) Rasyonel davranış
C) Efektif davranış
D) Betimleyici davranış
E) Analitik davranış
15. Mal ve hizmet üretmek için gerekli fiziksel ve zihinsel çalışmalar olarak ifade edilen üretim faktörü aşağıdakilerden hangisidir?
A) Girişimci
B) Toprak
C) Beşeri sermaye
D) Fiziki sermaye
E) Emek

16.



Yukarıdaki şekilde yer alan üretim imkânları eğrisi üzerinde A noktası için aşağıdaki yapılan değerlendirmelerden hangisi doğrudur?

- A) Ekonomide maksimum üretim sağlanmaktadır.
- B) Ekonomide aşırı istihdam söz konusudur.
- C) Ekonomide etkin üretim sağlanmaktadır.
- D) Ekonomide işsizlik söz konusudur.
- E) Ekonomide atıl kapasite söz konusudur.

17. Tüketici malları ya da diğer üretici malları üretiminde kullanılan mallara ne ad verilir?

- A) Tüketici malı
- B) Serbest mal
- C) Nihai mal
- D) Sermayen malı,
- E) Dayanıklı mal

18. Birey için iyi veya doğru olan bir şeyin grup için de mutlaka iyi veya doğru olacağı biçimindeki görüş aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Nedenseme Yanlılığı
- B) Normatif İktisat
- C) Pozitif İktisat
- D) Ceteris Paribus
- E) Terkip Hatası

19. Aşağıdakilerden hangisi mikro iktisadın konusunu oluşturur?

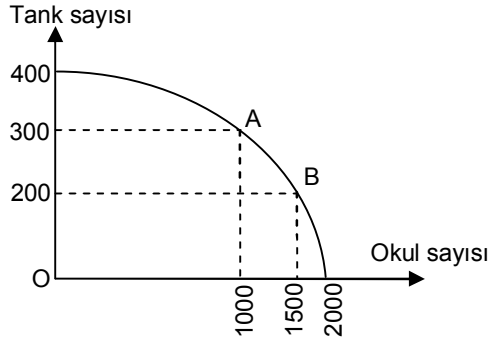
- A) Milli gelir
- B) Tüketici davranışı
- C) Ekonomik büyüme
- D) Enflasyon
- E) İşsizlik

20. Bir maldan daha fazla ek birim üretebilmek istendiğinde diğer maldan her defasında daha fazla vazgeçmek zorunda kalmaya ne ad verilir?

- A) Fırsat maliyeti
- B) Üretim imkânları eğrisi
- C) Artan fırsat maliyetleri yasası
- D) Talep yasası
- E) Arz yasası

21. Üretim imkânları eğrisi veri iken, mevcut kaynakların tam anlamıyla kullanılmaması aşağıdakilerden hangisine neden olur?

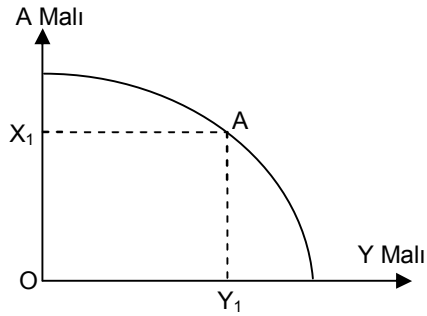
- A) İktisadi büyüme
- B) İşsizlik
- C) Üretimde etkinlik
- D) Teknolojik gelişme
- E) Fırsat maliyeti



Yukarıdaki şekle göre, ekonomi A noktasında iken 500 adet yeni okul açmanın fırsat maliyeti aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Tank üretimini 200 adet azaltmak
- B) Tank üretimini 200 adet arttırmak
- C) Tank üretimini 100 adet arttırmak
- D) Tank üretimini 400 adede çıkarmak
- E) Tank üretimini 100 adet azaltmak

22.



Yukarıdaki şekle göre, üretim imkanları eğrisi üzerindeki A noktasına ulaşıldıktan sonra, daha fazla X malı üretmenin yolu aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Y malı üretimine daha fazla kaynak ayırmak
- B) X malının fiyatını ucuzlatmak
- C) Y malı üretimini arttırmak
- D) Y malı üretimini azaltmak
- E) Y malının fiyatını arttırmak

ÜNİTE 2

ARZ, TALEP VE PİYASA DENGESİ

Bir mal veya hizmet piyasasının arz ve talep olmak üzere iki tarafı vardır. Arz satıcı (üretici) tarafını; talep ise alıcı (tüketici) tarafını oluşturur.

TALEP

Talep : Tüketicilerin satın almaya niyetli ve satın alma gücüne sahip oldukları miktardır. Bir malın fiyatı ile talep edilen miktar arasındaki ilişkisi talep yasası ile açıklanır.

Talep Yasası (Kanunu) : Diğer faktörler sabitken (Ceteris paribus), yani talebi etkileyen malın kendi fiyatı dışındaki diğer etkenler sabitken, malın fiyatı arttıkça talep edilen miktarı azalır; malın fiyatı azaldıkça da talep edilen miktar artar. Yani; bir malın fiyatı ile talep miktarı arasında ters yönlü ilişki vardır.

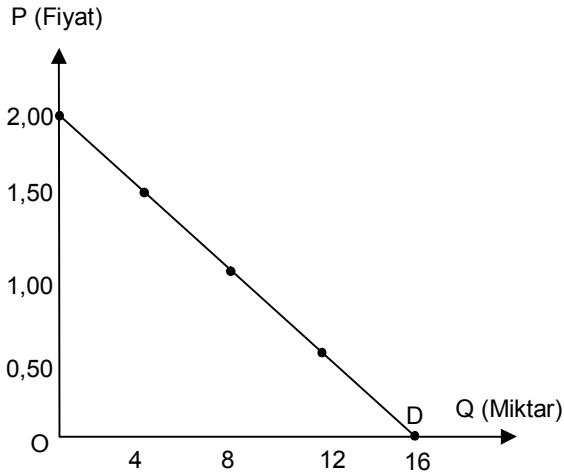
$$\left. \begin{array}{l} Q_d : \text{talep edilen miktar} \\ P : \text{malın fiyatı} \end{array} \right\} \begin{array}{l} P \uparrow \quad Q_d \downarrow \\ P \downarrow \quad Q_d \uparrow \end{array}$$

Talep Şedülü (Tablosu) ve Talep Eğrisi

Talep şedülü: diğer faktörler sabitken, talep edilen ürünün fiyatı ile miktarı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan tablodur.

Talep Edilen Malın Fiyatı (P)	Talep Edilen Malın Miktarı (Q)
0,00	16
0,50	12
1,00	8
1,50	4
2,00	0

Tabloda, bir tüketicinin belirli bir zaman diliminde, çeşitli fiyat düzeylerinde satın almaya hazır olduğu mal miktarları gösterilmektedir. Fiyat arttıkça tüketicinin talep miktarı düşmektedir.



Talep eğrisi: Ürünün fiyatı ile talep edilen miktarı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan negatif eğimli eğridir. Talep eğrisi, ikame etkisi ve gelir etkisi nedeniyle azalan eğilime sahiptir.

İkame etkisi: Malın fiyatı arttığında, tüketicilerin fiyatı artan mal yerine, o mala benzer başka mallara yönelmesidir. Örneğin; tereyağı-margarin ikame mallardır.

Gelir etkisi: Malın fiyatı arttığında tüketicinin satın alma gücü azalacağı için; hem fiyatı artan hem de diğer mallardan satın alabileceği miktarlar azalır.

Piyasa Talep Eğrisi

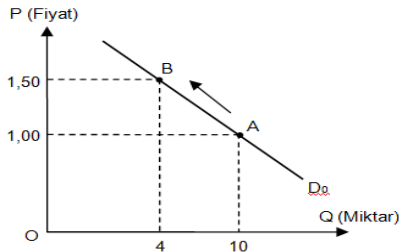
Bir mal veya hizmetin piyasa talep eğrisi elde edilirken, o mala olan bireysel talep eğrileri kullanılır.

Piyasa talebi oluşturulurken, bir fiyat seçilir ve bu fiyattan talep edilen miktarlar yatay olarak toplanır ve piyasada talep edilen miktar bulunur. Bu şekilde piyasa talep eğrisi elde edilmiş olur.

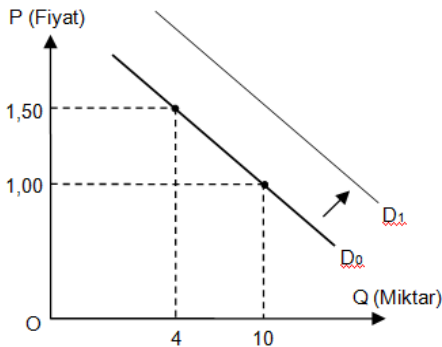
Piyasa talep eğrisi, diğer değişkenlerin sabit olduğu varsayımı altında, bir malın fiyatındaki değişmelerin talep edilen miktarda yaratacağı ters yönlü değişimleri ortaya koyar.

Piyasa talep eğrisi de aynı bireysel talep eğrisi gibi negatif eğimlidir ve bir malın fiyatıyla talep edilen miktarı arasındaki ters yönlü ilişkiyi gösterir. Malın fiyatındaki değişmeler talep edilen miktarda değişikliğe sebep olup, talep eğrisi üzerinde harekete sebep olur.

Talep Edilen Miktardaki Değişme ve Talepte Değişme



Talep Miktarında Değişme: Bir malın fiyatındaki değişmeler talep edilen miktarda değişikliğe neden olur ($A \rightarrow B$).



Talep Miktarında Değişme(Talepte Değişme) : Bir malın fiyatı dışındaki değişkenler (gelir, malla ilişkili diğer malların fiyatı, zevk ve tercihler, beklentiler ve alıcı sayısı) , talepte değişmeye neden olur ($D_0 \rightarrow D_1$).

Talebi Etkileyen Fiyat Dışındaki Faktörler

- **Gelir:** Gelirle talep ilişkisini incelerken normal mal ve düşük mala bakılır.

Normal Mal: talebi gelirle aynı yönlü değişen maldır. Diğer şartlar sabitken gelir artışı durumunda talebi artan, gelir azalışı durumunda talebi azalan mallardır.

Düşük Mal: talebi gelirle ters yönlü değişen maldır.*Yani tüketicinin geliri arttığında talebi azalan maldır.

O halde; diğer şeyler sabitken gelir arttığında normal mal talebi artar, düşük mal talebi azalır.

- **Malla İlişkili Malların Fiyatı**

Bir malla ilişkili malları, ikame ve tamamlayıcı mallar olmak üzere ikiye ayırabiliriz.

İkame Mal: birbirinin yerine kullanılabilen mallardır. Örneğin tereyağı-margarin ikame mallardır.

Malın ikame malının fiyatı arttığında, ilgili malın talebi artar, azaldığında azalır.

Tamamlayıcı Mal: tüketimde birlikte kullanmak zorunda olduğumuz mallardır. Örneğin; çay ve şeker.

Malın tamamlayıcı malının fiyatı arttığında talebi azalırken, fiyatı azaldığında talebi artar.

- **Zevk ve Tercihler**

Talebin en belirleyici özelliği tüketicinin zevkidir diyebiliriz. Örneğin; muzu seviyorsanız daha çok muz satın alırsınız.

Firmalar tüketicilerin tercihlerini belirlemek için çoğunlukla reklamları kullanırlar.

- **Beklentiler**

Tüketicilerin satın almaya niyetli oldukları mal veya hizmetin fiyatının gelecekte ne olacağı ile ilgili beklentiler, söz konusu mal veya hizmetlere olan bugünkü talebi etkileyebilir.

- **Alıcı Sayısı**

Bireysel talep eğrisi alıcı sayısından da etkilenir. Örneğin; A, B ve C'ye tüketici, D'nin de katılması durumunda piyasada talep edilen muz miktarı her fiyat seviyesinde artacak ve buna bağlı olarak piyasa talebi yükselecektir.

Arz ve Arz Edilen Miktar

- **Arz**; belirli bir dönemde, üreticilerin çeşitli fiyatlarda ürettikleri ve satmak amacıyla piyasaya sundukları mal miktarlarıdır. O nedenle, bir buzdolabı üreticisi ürettiği 1000 adet buzdolabından sadece 750 tanesini satmak amacıyla piyasaya sunuyorsa, arz miktarı 750 olur.
- Bir malın arz edilen miktarı ile fiyatı arasındaki ilişki arz yasası ile ifade edilir.

Arz Yasası (Kanunu): Bir malın fiyatın arttıkça arz edilen miktarı da artar; azaldıkça azalır.

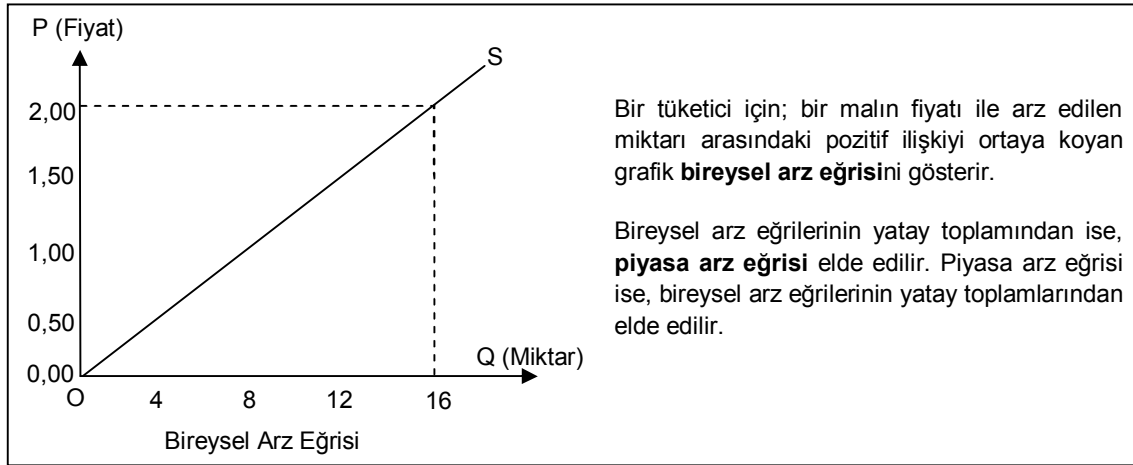
Arz Yasası, birçok malın üretimi için geçerli olmakla birlikte üretim için geçerli zaman yoksa arz yasası işlemeyebilir. Örneğin; bir komedyenin stand-up gösterisi için tüm biletler satılmışken, gösterinin olduğu akşam tüketiciler yüksek fiyattan bilet almak isteseler bile, salondaki koltuk sayısını arttırmak için zaman olmayacağından arz kanunu çalışmaz. Picasso hayatta olmadığı için tüketiciler istedikleri kadar yüksek fiyat ödesinler, bir Mona Lisa'nın daha yapımı söz konusu olmayacaktır.

Arz Şedülü ve Arz Eğrisi

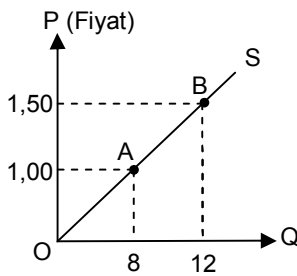
Arz Şedülü; diğer faktörler sabitken, mal veya hizmetin fiyatı ile üretilecek miktarı arasındaki ilişkiyi gösteren tablodur.

Arz Edilen Malın Fiyatı (P)	Arz Edilen Malın Miktarı (Q)
0,00	0
0,50	4
1,00	8
1,50	12
2,00	16

Yandaki arz şedülüne (tablosuna) göre, üretici fiyat düştüğü zaman piyasaya arz ettiği mal miktarını azaltmaktadır.

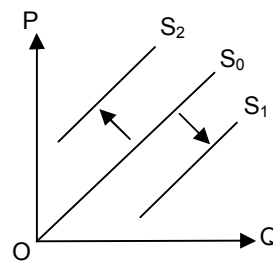


Arz Edilen Miktardaki Değişme



Fiyattaki değişimler, arz edilen miktarda değişmeye neden olur ve arz eğrisi üzerinde harekete neden olur.

Arzda Değişme



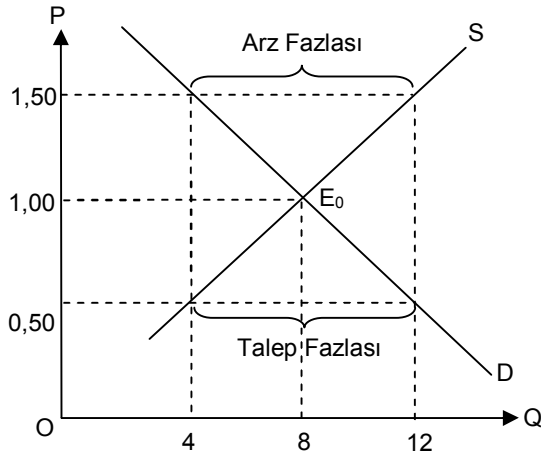
Fiyat dışındaki diğer faktörlerdeki değişimler ise arzda değişmeye neden olur, arz eğrisinin tamamıyla sağa veya sola kaymasına neden olur.

Arzı Etkileyen Fiyat Dışındaki Faktörler

- **Girdi Fiyatlarındaki Değişmeler:** Muz üretebilmek için tüketiciler işgücü, toprak, tohum gibi çeşitli girdiler kullanırlar. Bu girdilerden herhangi birisinin fiyatının artması muz üretim maliyetlerinin artmasına ve muz üretiminin daha az kârlı olmasına sebep olacak ve çiftçiler daha az muz üreteceklerdir. Eğer girdi fiyatları ciddi şekilde artarsa çiftçilerin muz üretiminden tamamen çekildikleri bile görülebilir. Bu yüzden malın arzı girdi fiyatları ile ters yönlü ilişki içindedir.
- **Teknolojik Gelişmeler:** Teknolojik gelişme sonucu, üreticiler ya belirli bir miktar malı daha düşük maliyetle ya da aynı miktar kaynaklarla daha fazla mal üretme kapasitesi kazanırlar. Bu nedenle teknolojik gelişmeler, arz eğrisinin sağa doğru kaymasına neden olurlar.
- **Beklentiler:** Çiftçinin bugün arz edeceği muz miktarı çiftçinin gelecek ile ilgili beklentilerine bağlıdır. Örneğin; çiftçiler eğer gelecekte muz fiyatının artacağı beklentisi içinde ise üretiminin bir kısmını soğuk hava depolarına koyup, bugün düşük fiyattan daha az satmayı tercih edebilirler.
- **Üretici (Satıcı) Sayısındaki Değişmeler:** Eğer daha çok satıcı muz üretmeye karar verirse arz edilen muz miktarı artar. Bu durum, piyasada daha çok çiftçi olduğunda arz edilecek muz miktarının her bir fiyat düzeyinde daha fazla olacağını ve muz arz eğrisinin de sağa doğru kayacağını gösterir.
- **Vergi ve Sübvansiyonlar:** Devletin topladığı vergiler üretim maliyetlerini artırarak daha az üretim yapılmasına neden olur. Bu durumda arz eğrisi sola kayar.*Örneğin ÖTV vergisi artarsa arz eğrisi sola kayar. Sübvansiyonlar ise devlet tarafından üreticilere yapılan para transferi olarak düşünülebileceğinden, üretim

maliyetlerini azaltarak, üretim miktarının artmasına ve arz eğrisini pozitif yönde etkileyerek sağa kaymasını sağlar.

PIYASA DENGESİ



Talep fazlasını ortadan kaldırmak için fiyatı yükseltmek, arz fazlasını ortadan kaldırmak için de fiyatı azaltmak gerekir.

Piyasa Dengesi: Bir mal veya hizmetin piyasa arz ve talep eğrilerinin kesiştiği noktada oluşur. Şekilde bu noktası E_0 noktasıdır ve E_0 noktası denge noktası olarak adlandırılır. E_0 noktasında talep edilen mal miktarını arz edilen mal miktarına eşitleyen fiyata (yani 1 TL' ye) piyasa denge fiyatı denir. Denge fiyatında arz ve talep edilen miktara da piyasa denge miktarı denir (8 adet).

Denge noktasında, bahsi geçen malın arz edilen miktarı ile talep edilen miktarı birbirlerine eşit olduğundan, piyasaya getirilen bütün mallar satılmış ve tüketiciler ise satın almaya razı oldukları mal miktarını satmışlardır. Yani piyasa temizlenmiştir. Bu anlamda piyasa denge fiyatı aynı zamanda piyasayı temizleyen fiyat olarak da bilinir.

Denge fiyatı dışındaki fiyat düzeylerinde ise piyasada dengesizlik oluşacağından, bu fiyatlara dengesizlik fiyatları da denir.

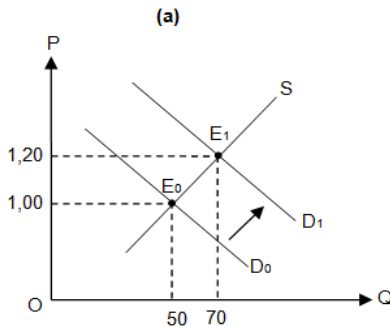
Denge fiyatının üzerindeki fiyatlarda (1 TL nin üstünde); arzedilen miktar, talep edilen miktardan fazla olduğu için **arz fazlası** ortaya çıkar.

Denge fiyatının altındaki fiyatlarda (1 TL nin altında); talep edilen miktarlar, arz edilen miktardan büyük olduğu için **talep fazlası** ortaya çıkar.

Ancak, piyasa denge noktasında; arz veya talep fazlası oluşmaz.

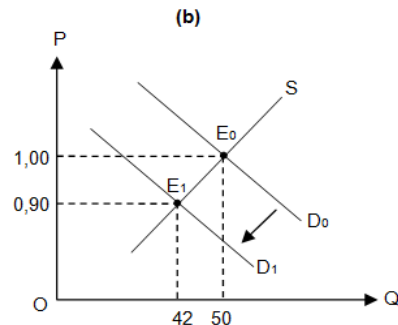
Piyasa Dengesinde Değişmeler

• Talepteki Değişmelerin (Kaymaların) Piyasa Dengesine Etkisi



Piyasaya arz sabitken;

Şekil (a)'da; gelirdeki bir artış nedeniyle normal bir malın talep eğrisi D_0 dan D_1 e artmaktadır. Yeni piyasa dengesi, arz eğrisi S ile yeni talep eğrisi D_1 in kesiştiği E_1 noktasında oluşmaktadır. Arz sabit iken gelirdeki bir artış nedeniyle normal bir mala olan talep artacak ve talep eğrisi sağa kayacaktır ($D_0 \rightarrow D_1$). Bu durumda hem denge miktarı hem de denge fiyatı artar.

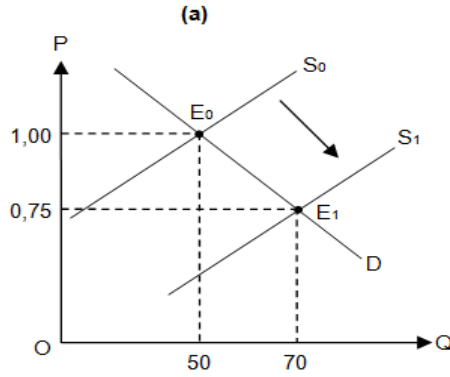


Piyasada arz sabitken;

Şekil (b)'de; örneğin bu malın tamamlayıcısı olan bir malın fiyatının artması nedeniyle bu malın fiyatının artması, bu malın talebinin azalıp sola doğru kaymasına sebep olacaktır. Bu durumda yeni piyasa dengesi talep eğrisi D_1 ile arz eğrisi S nin kesiştiği E_1 noktasında oluşur. Yeni denge noktasında hem denge fiyatı (90 kuruş) hem de denge miktarı (42) azalmış olur.

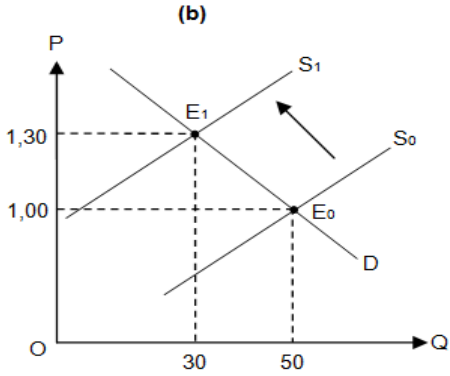
• **Arzdaki Değişmelerin (Kaymaların) Piyasa Dengesine Etkisi**

Piyasa talebi sabitken;



Sekil (a)' de; bir malın piyasa talebi veri iken (ya da sabitken), girdi fiyatlarındaki azalma nedeniyle arzda artış olur ve arz eğrisi sağa kayar. *Bu durumda denge miktarı artarken, denge fiyatı azalır.

Sekil (b)' de; malın talebi sabitken arzın azalması durumunda (girdi fiyatlarının artmasıyla) denge fiyatı artarken, denge miktarı azalır. Arzın azalmasıyla arz eğrisi S_0 dan S_1 e sola doğru kayar.



*Not: Piyasa dengesi arz ve talebin kesişmesiyle oluşur. Piyasa dengesinin değişmesine 'ürünün girdi fiyatlarındaki değişim' neden olur.

• **Arz ve Talepteki Birlikte Kaymanın Piyasa Dengesine Etkisi**

Arz ve talep eşanlı değişebilir. Bu durumda;

- Hem arz, hem talep birlikte artabilir. → Miktar artar, fiyat belirsiz olur.
- Hem arz, hem talep birlikte azalabilir. → Miktar azalır, fiyat belirsiz olur.
- Arz artarken, talep azalabilir.
- Talep artarken, arz azalabilir.

Bu 4 durumda denge fiyatı ve miktarının ne olacağı, arz ve talepteki nispi değişmeye bağlıdır.

2. ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR - I

1. Talep şedülünden yararlanarak aşağıdakilerden hangisine ulaşılır?

- a. Talebin eğimi
- b. Talebin büyüklüğü
- c. Talebi etkileyen faktörler
- d. Talep eğrisi
- e. Talebin tanımı

2. Alıcı sayısındaki azalma aşağıdakilerden hangisini etkiler?

- a. Piyasa arzını
- b. Tüketicilerin gelirini
- c. Piyasa talebini
- d. Talep şedülünü
- e. Arz şedülünü

3. Tüketicilerin bir mal veya hizmeti satın almaya yönelik kararları aşağıdakilerden hangisinden etkilenir?

- a. Faiz oranlarından
- b. Tüketicilerin geleceğe ilişkin beklentilerinden
- c. Üretimde kullanılan teknolojiden
- d. Ürünün denge fiyat ve miktarından
- e. Gelir arttığında

4. Talep fazlasının ortadan kaldırılması için aşağıdakilerden hangisinin yapılması doğru olur?

- a. Fiyatın yükseltilmesi
- b. Fiyatın düşürülmesi
- c. Tüketim miktarının artırılması
- d. Talebin artırılması
- e. Yukarıdakilerin hepsi

5. Piyasa E noktasında dengede iken herhangi bir sebeple talepte artışın olması durumunda o mala ait yeni denge fiyat ve miktarı ne olur?

- a. Hem fiyat hem talep düşer.
- b. Hem fiyat hem miktar artar.
- c. Ne fiyatta ne de miktarda değişiklik olur.
- d. Fiyat artarken miktar azalır.
- e. Fiyat azalırken miktar artar.

6. İki ürünün birbiri yerine kullanılıyor olması, bu iki ürün hakkında bize ne gibi bir bilgi sağlar?

- a. Arz fazlasına neden olduğunu
- b. Üretici sayısının tüketici sayısından fazla olduğunu
- c. İkame mal olduklarını
- d. Rakip mal olduklarını
- e. Talep fazlasına neden olduğunu

7. Piyasa dengesi arz ve talebin kesişme noktası ile belirlenir. Denge miktarında ve denge fiyatında artışa yol açacak bir etki aşağıdakilerden hangisi sonucunda elde edilir?

- a. Arzda azalışla
- b. Arzda artışla
- c. Talepte azalışla
- d. Talepte artışla
- e. Hiçbiri

8. Arz eğrisinde tüketicilerin zevk ve tercihlerindeki değişimden kaynaklanan sola doğru bir kayma aşağıdakilerden hangisine yol açar?

- a. Talep eğrisinde kaymaya yol açmaz
- b. Talep eğrisini sağa kaydırır
- c. Talep eğrisi boyunca hareketlenme görülür
- d. Arz eğrisi boyunca hareketlenme görülür
- e. Arz eğrisi zevk ve tercihlerdeki değişimden etkilenmez

9. Bir malın hem arz hem de talebini azaltacak bir etki için aşağıdakilerden hangisi kesinlikle söylenebilir?

- a. Malın miktarında azalma olur.
- b. Malın fiyatında azalma olur.
- c. Hem fiyat hem mal miktarında azalma olur.
- d. Miktar artar.
- e. Fiyat artar.

10. Diğer şartlar sabitken bir malın fiyatındaki artış ne ile sonuçlanır?

- a. Arzındaki artışla
- b. Arzındaki azalışla
- c. Arzda değişme yaratmaz
- d. Arz edilen miktarda azalışla
- e. Arz edilen miktarda artışla

2. ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR - II

1. Diğer değişkenler sabitken, belirli bir zaman diliminde piyasada tüketicilerin değişik fiyat düzeyinde satın almaya hazır oldukları mal ve hizmet miktarına ne ad verilir?
 - A. Arz
 - B. Esneklik
 - C. Artık
 - D. Talep
 - E. İkame
2. Piyasa işlem hacmi (denge miktarı) artarken, denge fiyatı değişmeden kalıyorsa aşağıdakilerden hangisi gerçekleşmiştir?
 - A. Arz ve talep aynı miktarda artmıştır.
 - B. Arz ve talep aynı miktarda azalmıştır.
 - C. Arz ve talep aynı miktarda ancak ters yönde değişmiştir.
 - D. Arz artışı talep artışından daha fazladır.
 - E. Talep artışı arz artışından daha fazladır.
3. Diğer değişkenler sabitken, belli bir zaman diliminde üreticilerin çeşitli fiyat düzeylerinde satmaya hazır oldukları mal ve hizmet miktarına ne ad verilir?
 - A. Talep
 - B. Denge
 - C. Piyasa
 - D. Kota
 - E. Arz
4. Bir malın satın alınmak istenen miktarı ile fiyatı arasındaki ters yönlü ilişkiye ne ad verilir?
 - A. Talep
 - B. Gelir etkisi
 - C. İkame etkisi
 - D. Talep kanunu
 - E. Rasyonel seçim
5. Arz tablosundaki kombinasyonların, fiyat ve arz edilen miktar eksenleri içinde çizilmesi aşağıdakilerden hangisini ifade eder?
 - A. Piyasa dengesi
 - B. Arz kanunu
 - C. Arz eğrisi
 - D. Beklentiler
 - E. Arzdaki kaymalar
6. Aşağıdakilerden hangisi talep kanunu ifade eder?
 - A. Diğer koşullar sabitken, satın alınmak istenen miktar ile diğer mal fiyatları arasında doğru yönlü bir ilişki olması.
 - B. Diğer koşullar sabitken, satın alınmak istenen miktar ile gelir arasında doğru yönlü bir ilişki olması.
 - C. Diğer koşullar sabitken, satın alınmak istenen miktar ile gelir arasında ters yönlü bir ilişki olması.
 - D. Diğer koşullar sabitken, satın alınmak istenen miktar ile fiyat arasında ters yönlü bir ilişki olması.
 - E. Diğer koşullar sabitken, satın alınmak istenen miktar ile fiyat arasında doğru yönlü bir ilişki olması.
7. Malın fiyatı arttığında, tüketicilerin fiyatı artan mal yerine, o mala benzer başka mallara yönelmesine ne ad verilir?
 - A. Gelir etkisi
 - B. Talep şedülü
 - C. İkame etkisi
 - D. Tamamlayıcı mal
 - E. Arz şedülü
8. Aşağıdakilerden hangisi talep miktarında değişmeye sebep olur?
 - A. Gelir
 - B. Zevk ve tercihler
 - C. Teknolojik gelişmeler
 - D. Tamamlayıcı malların fiyatı
 - E. Malın kendi fiyatı
9. Diğer faktörler sabitken, mal veya hizmetin fiyatı ile üretilecek miktarı arasındaki ilişkiyi gösteren tabloya ne ad verilir?
 - A. Talep şedülü
 - B. Arz şedülü
 - C. Arz eğrisi
 - D. Talep eğrisi
 - E. Piyasa arz şedülü
10. Bir üretici için, bir malın fiyatı ile arz edilen miktarı arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koyan grafik

 bunların yatay toplamından elde edilen grafik ise

 dir.

Boşluklardaki tanımlar aşağıdakilerden hangisinde sırasıyla doğru verilmiştir?

 - A. Bireysel arz eğrisi- Piyasa arz eğrisi
 - B. Bireysel talep eğrisi- Piyasa talep eğrisi
 - C. Bireysel arz eğrisi-Piyasa talep eğrisi
 - D. Piyasa arz şedülü-Piyasa arz eğrisi
 - E. Piyasa talep şedülü-Piyasa talep eğrisi

11. Aşağıdakilerden hangisi arzda değişmeye sebep olmaz?
- Malın fiyatı
 - Girdi fiyatındaki değişimler
 - Teknolojik gelişmeler
 - Vergiler
 - Sübvansiyonlar

12. I. Bir malın arzı girdi fiyatları ile ters yönlü ilişki içindedir.
II. Teknolojik gelişmeler arz eğrisini sağa kaydırır.
III. Vergi artışları arz eğrisini sola kaydırır.
IV. Sübvansiyonlar arz eğrisini sola kaydırır.

Yukarıdakilerden hangisi ya da hangileri doğrudur?

- Yalnız I
- I ve II
- I, II ve III
- II, III ve IV
- I, II, III ve IV

13. Denge fiyatının üzerindeki fiyatlarda _____, denge fiyatının altındaki fiyatlarda ise _____ ortaya çıkar.

Yukarıdaki boşlukların yerine sırasıyla aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- Arz kayması -Talep kayması
- Talep kayması - Arz kayması
- Arz fazlası -Talep fazlası
- Talep fazlası - Arz fazlası
- Arz kanunu - Talep kanunu

14. Piyasa arzı sabitken, gelirdeki bir artış nedeniyle normal malın talep eğrisi sağa doğru kaymıştır. Buna göre aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?
- Yeni denge noktasında miktar artmıştır.
 - Yeni denge noktasında fiyat artmıştır.
 - Arz değişmemiştir.
 - Talep eğrisi artmıştır.
 - Yeni denge noktasında miktar azalmıştır.

15. Piyasa talebi sabitken, girdi fiyatlarındaki azalma nedeniyle üretim maliyetleri azalmıştır. Buna göre aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?
- Arz eğrisi sağa kayar.
 - Arz eğrisi sola kayar.
 - Yeni denge noktasında fiyat düşecektir.
 - Yeni denge noktasında miktar artacaktır.
 - Arz eğrisi artacaktır.

16. Tüketicilerin satın almaya niyetli ve satın alma gücüne sahip oldukları miktara ne ad verilir?
- İstek
 - İhtiyaç
 - Arz
 - Talep
 - Piyasa

17. Üretici sayısındaki azalma aşağıdakilerden hangisini etkiler?
- Arzdaki değişmeyi
 - Arz edilen miktarda değişmeyi
 - Talepte değişmeyi
 - Talep edilen miktarda değişmeyi
 - Talep şedülünü

18. Tüketimde birlikte kullanılmak zorunda kalınan mallara ne ad verilir?
- Rakip mal
 - İkame mal
 - Tamamlayıcı mal
 - Normal mal
 - Düşük mal

19. Bir malın arz ve talebinin aynı oranda artması aşağıdakilerden hangisine neden olur?
- Denge miktarı artar, denge fiyatı değişmez
 - Hem denge miktarı hem de denge fiyatı artar.
 - Hem denge miktarı hem de denge fiyatı azalır.
 - Denge miktarı azalır, denge fiyatı artar.
 - Denge miktarı değişmez, denge fiyatı artar.

20. Bir malın fiyatı arttığında, gelirin satın alma gücünün ve bu nedenle satın alınmak istenen mal miktarının azalmasına ne ad verilir?
- Gelir etkisi
 - İkame etkisi
 - Fiyat etkisi
 - Destek etkisi
 - Talep etkisi

21.

<u>Fiyat</u>	<u>Arz</u>	<u>Talep</u>
100	10	50
200	20	40
300	30	30
400	40	20
500	50	10

Yukarıdaki tabloda yer alan bir mala ilişkin fiyat, arz ve talep verilerine göre, söz konusu malın denge fiyatı kaç TL' dir?

- A. 100 B.200 C.300 D.400 E.500

ÜNİTE 3

TALEP VE ARZ ESNEKLİKLERİ VE UYGULAMALARI

Esneklik: Tüketici ve üreticilerin piyasa koşullarındaki değişimlere ne kadar tepki göstereceklerini ifade eden bir ölçü birimi olarak tanımlanabilir.

TALEP ESNEKLİKLERİ

- Talebin Fiyat Esnekliği; malın fiyatındaki değişimlerin talebi ne kadar etkileyeceğini gösterir.
Ceteris – paribus varsayımı altında, bir malın fiyatındaki bir artış o malın talep edilecek miktarında azalmaya sebep olur ve bundan dolayı talep eğrisinin eğimi negatif eğimlidir.
- Talebin Gelir Esnekliği; tüketicinin gelirindeki değişimlerin talebi ne kadar etkileyeceğini gösterir.
Tüketici gelirindeki bir artış tüketicinin normal maldan daha fazla miktarda tüketmesine sebep olur.
- Çapraz Fiyat Esnekliği; ilgili diğer malların fiyatlarındaki değişimlerdir.
İkame malın fiyatının artması bahsi geçen malın veri fiyattan tüketici tarafından daha fazla miktarda talep edilmesine, tamamlayıcı malın fiyatının artması ise o malın daha az miktarda tüketilmesine sebep olur.

Talebin Fiyat Esnekliği

Malın talep edilecek miktarının fiyat değişimlerine yüzde olarak ne kadar tepki gösterileceğini ortaya koyar.

Talebin fiyat esnekliği ya da talebin nokta fiyat esnekliği;

$$\epsilon_P = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\frac{(Q_2 - Q_1)}{Q_1} \cdot 100}{\frac{(P_2 - P_1)}{P_1} \cdot 100} \text{ şeklinde gösterilir.}$$

Talebin fiyat esnekliği; talep edilen miktardaki yüzde değişimin, malın fiyatındaki yüzde değişime oranıdır.

ϵ_P : talebin fiyat esnekliği

Q_1 : başlangıç talep miktarı

P_1 : başlangıç fiyatı

Q_d : talep edilen miktar

Q_2 : sonraki talep miktarı

P_2 : sonraki (nihai) fiyatı

P : malın fiyatı

ÖRNEK

Kolanın fiyatındaki % 20 lik bir artış, kolanın talep edilen miktarında % 30 luk bir azalışa neden olmuştur. **Bu durumda talebin fiyat esnekliğini hesaplayın.**

ÇÖZÜM

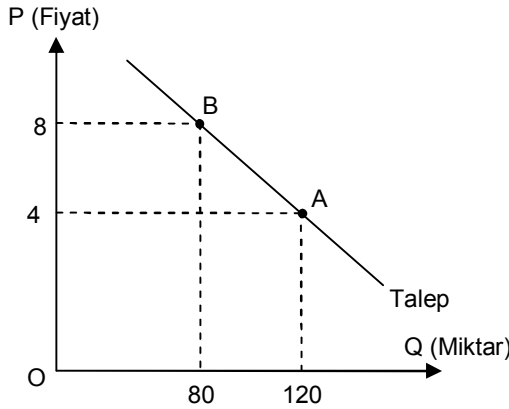
$$\% \Delta P = \% 20$$

$$\% \Delta Q = \% 30 \quad \epsilon_P = \frac{30}{20} = 1,5$$

NOT: Talep kanunu, bir malın fiyatıyla talep edilen miktarı arasında ters yönlü (negatif) bir ilişkinin olduğunu ve malın fiyatındaki bir artışın talep edilecek mal miktarında azalmaya sebep olacağını ortaya koyar. Talebin fiyat esnekliğinin işareti talep kanunundan dolayı her zaman eksi (-) dir. Ancak bu ders içeriğindeki uygulamalarda, talebin fiyat esnekliği mutlak değer içerisinde ifade edilecek ve bundan dolayı (negatif) işaret gösterilmeyecektir.

Talebin fiyat esnekliği, "talebin nokta fiyat esnekliği" formülü olarak da bilinir. Ancak bu formülün kullanımı ile ilgili önemli bir sorun vardır. Bir örnekle açıklayacak olursak:

ÖRNEK



A noktasında → Fiyat (P) = 4 TL. Miktar (Q) = 120 birim

B noktasında → Fiyat (P) = 8 TL. Miktar (Q) = 80 birim

1. durum: Başlangıç noktası A noktası olarak kabul edilirse;

$$\frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{(Q_2 - Q_1) \cdot 100}{Q_1 \cdot \frac{(P_2 - P_1) \cdot 100}{P_1}}$$

A noktasından B noktasına; $\epsilon_P =$
= 0,33

2. durum: Başlangıç noktası B noktası olarak kabul edilirse;

- Dikkat edilirse aynı talep eğrisi üzerinde A noktasından B noktasına ve B noktasından A noktasına hareket etmek, talebin esnekliği formül yardımıyla farklı sonuçlar vermektedir. Bu sorunu çözmek için, nokta fiyat esnekliği formülü yerine "**orta nokta metodu formülü**" kullanılır ve talebin yay esnekliği hesaplanır.

Bir önceki örnekteki talebin gelir esnekliğini bu formülle hesaplarsak;

$$\epsilon_P = \frac{\frac{(Q_2 - Q_1)}{\frac{(Q_2 + Q_1)}{2}}}{\frac{(P_2 - P_1)}{\frac{(P_2 + P_1)}{2}}}$$

$$A \rightarrow B : \epsilon_P = \frac{\frac{80 - 120}{\frac{80 + 120}{2}}}{\frac{8 - 4}{\frac{8 + 4}{2}}} = \frac{\frac{-40}{100}}{\frac{4}{6}} = \frac{-3}{5} = -\frac{3}{5}$$

$$B \rightarrow A : \epsilon_P = \frac{\frac{120 - 80}{\frac{120 + 80}{2}}}{\frac{4 - 8}{\frac{4 + 8}{2}}} = \frac{\frac{40}{100}}{\frac{-4}{6}} = -\frac{3}{5} = -\frac{3}{5}$$

→ Aynı sonuç elde edilir.

- Talebin nokta fiyat esnekliği yerine, yay fiyat esnekliğini (orta nokta metodu) kullanmak daha doğru esneklik katsayılarını verir. Aksi ifade edilmediği sürece, orta nokta fiyat esnekliği kullanılacaktır.

NOT: Orta nokta formülü ile bulunan esneklik değeri, mutlaka esneklik formülü kullanarak bulunan esneklik değerleri arasında yer almalıdır. Aksi sonuçlar hesaplama hatasının varlığını ifade eder.

- ✓ Talep esnekliği katsayısı sıfır (0) ile eksi sonsuz ($-\infty$) arasında değerler alır.
- ✓ Eğer tüketiciler bir malın fiyatındaki %10 luk bir artışa/azalışa malın talep edilen miktarında %50 lik bir azalma/artış ile cevap veriyorsa, o mal esnek (elastik) olup esnek talebe sahiptir.
- ✓ Tam tersine eğer tüketiciler bir malın fiyatındaki %10 luk bir artışa/azalışa malın talep edilen miktarında %5 lik bir azalma/artış ile cevap veriyorsa bu durumda malın talebi inelastik olup, mal esnek olmayan talebe sahiptir.

*Talep Esnekliğini Etkileyen Faktörler

1. Malın tüketici için zorunlu veya lüks mal oluşu
2. Yakın ikamelerinin var olup olmadığı
3. Piyasanın nasıl tanımlandığı
4. Zaman

Mal Tüketici İçin Zorunlu Mal mı Yoksa Lüks Mal mı?

Zorunlu mal ve hizmetlerin talebi inelastiktir. Bu malların fiyatlarındaki artış durumunda, tüketicilerin bu mal ve hizmetlerin taleplerini önemli ölçüde azaltmaları söz konusu değildir. Sağlık hizmetleri, yiyecek ve giyim, doğalgaz, benzin gibi.

Lüks malların talebi ise genelde esnektir. Bu malların fiyatlarındaki yüzde artışlar genellikle bu malların talep edilen miktarlarında da daha yüksek yüzdeli azalmalara neden olur. Şarap tüketimi, Paris' e tatile gitmek, yat satın almak gibi.

- Lüks mallar zorunlu mallara göre daha esnek talebe sahiptir.
- Buradaki önemli husus;hangi malın lüks ve hangi malın zorunlu olarak kabul edileceği tüketiciden tüketicie zevk ve renklere bağlı olarak değişir.

Mal veya Hizmetlerin Yakın ikamelerinin var olup olmadığı

Yakın ikamesi olan mal veya hizmetlerin talebi yakın ikamesi olmayan mallara göre daha esnektir.Yakın ikamesi olan malların talebi esnektir.Tereyağı-margarin,çay-kahve.

Piyananın Nasıl Tanımlandığı

Dar anlamda tanımlanan piyasalardaki malların talebi geniş anlamda tanımlanan piyasalara göre daha esnektir.

Geniş anlamda piyasa; yiyecek-içecek piyasası,dondurma piyasası,enerji piyasası,.

Dar anlamda piyasa; kola piyasası,limonlu dondurma piyasası,benzin piyasası.

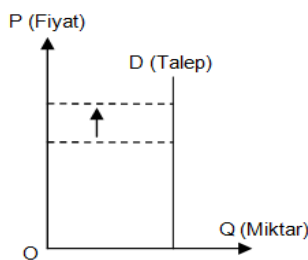
O halde,dar anlamda tanımlanan piyasalardaki malların talebi geniş anlamda tanımlanan piyasalara göre daha esnektir.Benzin talebi genel anlamda enerji piyasasına göre daha esnektir.Dar anlamda tanımlanan piyasalardaki malların talebinin,geniş anlamda tanımlanan mallara göre daha esnek olmasının nedeni;dar anlamda tanımlanan malların yakın ikamesinin olmasıdır.

Zaman

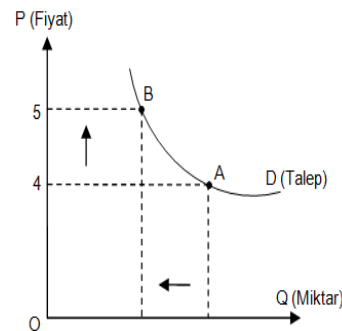
Mal ve hizmetler uzun dönemde kısa döneme göre daha esnek talebe sahiptir.Bazı mallar kısa dönemde üreticiler için zorunlu ihtiyaç malıdır.Bu malların fiyatlarındaki değişimler,kısa dönemde yakın ikamesinin olmaması nedeniyle esnek olmayan (inelastik) talebe sahiptir.Fakat uzun dönemde tüketiciler bu malların fiyat artışlarına alternatifler bularak çözüm oluştururlar. 1970'li yıllar OPEC petrol krizleri.

Esnekliklerine Göre Talep Eğrileri

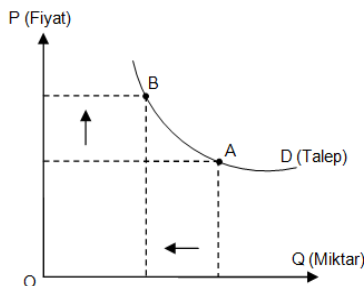
Esnekliklerine göre talep eğrileri (doğruları) şöyle sıralanır:



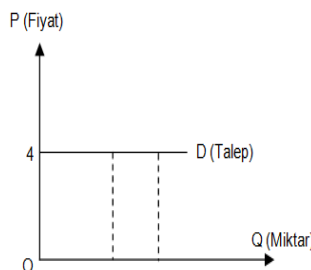
$\epsilon_P = 0 \rightarrow$ **Sıfır Esnek Talep Eğrisi:** Fiyattaki olursa olsun talep yüzde değişiklik sıfırdır.

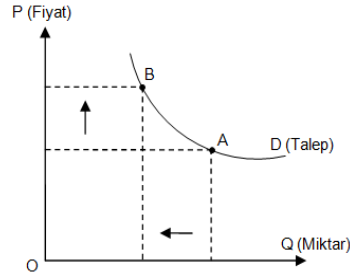


(Tam İnelastik)
değişme ne
miktarındaki



$0 \leq \epsilon_P < 1 \rightarrow$ **Esnek olmayan (İnelastik) Talep Eğrisi:** Talep miktarındaki yüzde değişiklikten fiyatındaki yüzde küçük.





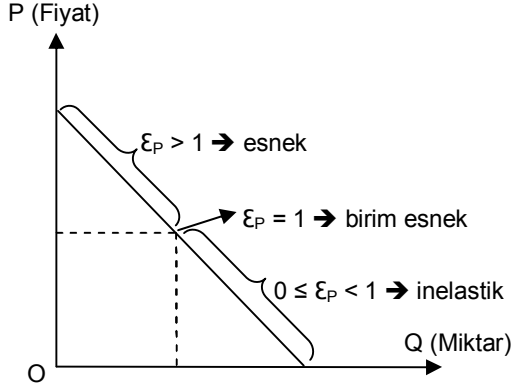
$\epsilon_P = 1 \rightarrow$ **Birim Esnek Talep Eğrisi:** Talep miktarındaki yüzde değişiklik fiyattaki yüzde değişikliğe eşit.

$\epsilon_P > 1 \rightarrow$ **Esnek Talep Eğrisi:** Talep miktarındaki yüzde değişiklik, fiyattaki yüzde değişiklikten daha büyük.

$\epsilon_P = \infty \rightarrow$ **Sonsuz Esnek (Tam Esnek) Talep Eğrisi:** Veri fiyattan talep miktarındaki yüzde değişiklik sonsuz (∞). (Yatay eksene paralel sonsuz esnek talep eğrisi)

NOT: Talebin esneklik değeri düştükçe talep eğrisi dikleşir, esneklik değeri arttıkça talep eğrisi yatıklaşır.

Doğrusal (Lineer) Talep Doğrusu ve Talep Esnekliği,



- Doğrusal talep eğrisinin tam orta noktasında talebin fiyat esnekliği bir'e (1) eşittir.

Orta noktanın sol üst noktasında talep esnekliği birden büyük (esnek) ve sağ alt kısmında kalan kısmında ise talep esnekliği birden küçüktür (inelastiktir).

NOT: Fiyat düzeyi arttıkça, esneklik değeri de sıfırdan başlayarak artmaktadır.

Doğrusal Talep Eğrilerinde Toplam Gelir ile Talep Esnekliği İlişkisi

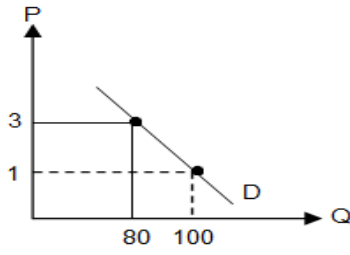
Firmaların amacı, kârı maksimize etmektir. Bunun için de toplam gelirini (hasılatını) maksimize etmelidir.

$$\text{Toplam Gelir} = TR = P \times Q$$

- Talebin esnek olduğu bölgede ($\epsilon_P > 1$) $\rightarrow$ fiyat indirimleri $TR \uparrow$
 - Fiyattaki azalışlar, toplam geliri artırır.
 - Fiyattaki artışlar ise toplam geliri azaltır.
- Talebin inelastik olduğu bölgede ise ($0 \leq \epsilon_P < 1$) $\rightarrow$ fiyat artışları $TR \uparrow$
 - Fiyattaki artışlar, toplam geliri artırır.
 - Fiyattaki azalışlar, toplam geliri azaltır.

- Talebin birim esnek olduğu durumda; fiyattaki değişme miktardaki değişmeyle aynı anda olacağı için, toplam gelir değişmez.

Toplam Gelir ile Talep Esnekliği Arasındaki İlişki Nedir?

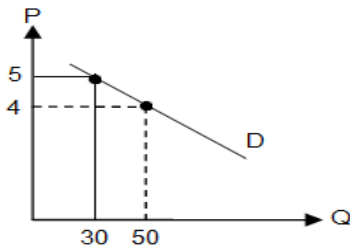


Talebin inelastik olduğu durumda, fiyattaki artışlar talep edilen miktarda nispi olarak daha az azalışa sebep olur ve sonuçta toplam gelir artar.

P=1 ve Q=100 iken TR=1.100=100 lira

P=3 ve Q=80 iken TR=3.80=240 lira

Talebin inelastik olduğu durumda, fiyattaki artışlar toplam geliri artırır.



Talebin esnek olduğu durumda, fiyattaki artışlar toplam gelirden azalışa sebep olur.

P=4 ve Q=50 iken TR=4.50=200 lira

P=5 ve Q=30 iken TR=5.30=150 lira

Talebin Gelir Esnekliği

Talebin gelir esnekliği, gelirdeki değişmeler durumunda tüketicinin talep edeceği mal miktarının ne kadar değişeceğini gösterir.

$$\text{Talebin gelir esnekliği} \rightarrow \epsilon_I = \frac{\frac{\% \Delta Q}{Q}}{\frac{\% \Delta I}{I}} \quad (I : \text{gelir})$$

- Eğer mal, normal mal ise; gelirdeki bir artış talep edilen mal miktarını artırır.
- Eğer mal, düşük mal ise; gelirdeki artış talep edilen mal miktarını azaltır.

Gelir Esnekliği;

Normal mallar için; $\epsilon_I > 0$

Düşük mallar için; $\epsilon_I < 0$

NOT: Zorunlu mallar inelastik gelir esnekliğine, lüks mallar ise esnek gelir esnekliğine sahiptir.

Çapraz Talep Esnekliği

X ve Y gibi iki mal olduğunu varsayalım. Bu mallar ikame mallar ise, X malının fiyatındaki artış Y malının tüketimini artırır. Bu mallar tamamlayıcı mallar ise, X malının fiyatındaki artış Y malının tüketimini azaltır.

Çapraz Talep Esnekliği; Y malının fiyatındaki yüzde değişimin, X malının talep edilen miktarında ne kadarlık değişmeye sebep olacağını gösterir.

$$\text{Çapraz Talep Esnekliği} \rightarrow \epsilon_{PY} = \frac{\frac{\% \Delta Q_X}{Q_X}}{\frac{\% \Delta P_Y}{P_Y}}$$

- $\epsilon_{PY} > 0$ ise; X ve Y malları ikame mallardır. Örneğin, çay ve kahve.
- * $\epsilon_{PY} < 0$ ise; X ve Y malları tamamlayıcı mallardır. Örneğin, otomobil ve benzin.
- $\epsilon_{PY} = 0$ ise; X ve Y malları ilişkisiz mallardır.

Arz Esnekliği

Arz esnekliği, arz edilen mal miktarının piyasa şartlarındaki değişimlere ne kadar tepki gösterdiğini ifade eder.

Arzın fiyat esnekliği (veya arz esnekliği), fiyattaki yüzde değişimlerin arz edilecek mal miktarında meydana getireceği yüzde değişimin ne kadar olacağını ifade eder.

$$\text{Arz Esnekliği} \rightarrow \epsilon_s = \frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P}$$

*Arz esnekliğinin işareti arz kanunundan dolayı her zaman pozitifdir (+). (Arz kanunu; bir malın fiyatındaki artışlar o malın arz edilecek miktarını artırır).

ÖRNEK: Bir malın fiyatındaki %20 lik bir artış arz edilen miktarda %30 luk bir artışa sebep olmuştur. Arz esnekliğini hesaplayın.

$$\epsilon_s = \frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P} \quad \begin{array}{l} \% \Delta Q_s = \%30 \\ \% \Delta P = \%20 \end{array} \quad \epsilon_s = \frac{30}{20} = 1,5$$

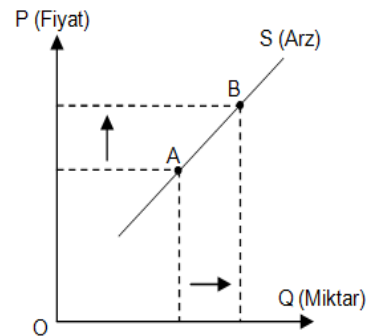
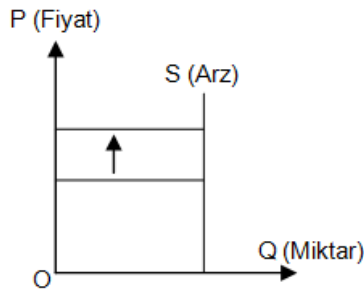
NOT: Arz edilen miktardaki değişim fiyattaki değişim yüzdesinden büyükse arz esnek, küçükse arz inelastik olarak nitelenir.

Arz Esnekliğini Etkileyen Faktörler

Arz esnekliğini etkileyen faktörler;

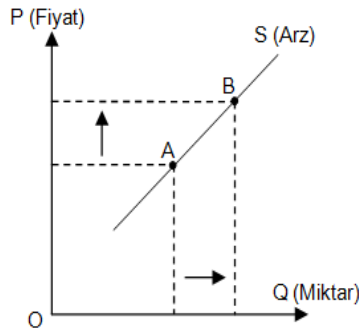
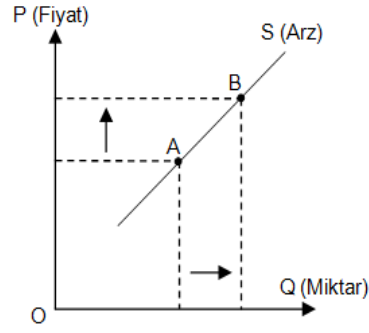
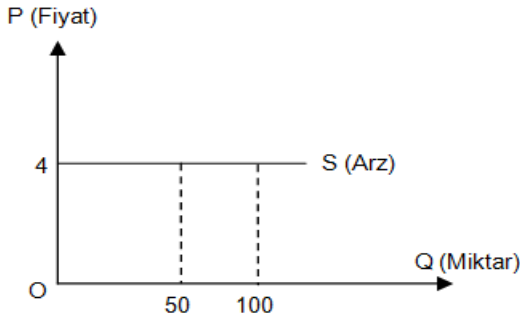
- Üretim faktörlerinin (girdilerinin) mevcudiyeti
- Teknoloji
- Zaman

Arz esnekliği uzun dönemde kısa döneme göre daha büyüktür (esnektir).

Arz Eğrileri ve Esneklik**Sıfır Esnek Arz Eğrisi ($\epsilon_s = 0$)**

Birim Esnek Arz Eğrisi ($\epsilon_s = 1$)

İnelastik Arz Eğrisi ($0 < \epsilon_s < 1$)

Esnek Arz Eğrisi ($\epsilon_s > 1$)Tam Esnek Arz Eğrisi ($\epsilon_s = \infty$)

Fiyatın 4 lira olduğu durumda, üreticilerin talep miktarında arz etmeye razı olduklarını ifade eder.

NOT: Arz eğrileri, esneklik değeri arttıkça yatıklaşır ve esneklik değeri azaldıkça dikleşir.

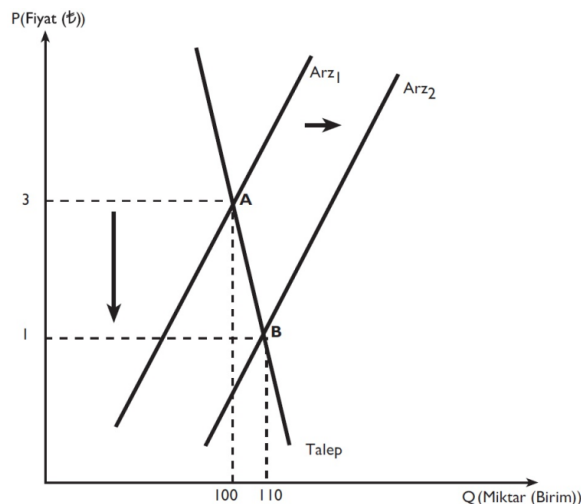
ARZ VE TALEP ESNEKLİKLERİ UYGULAMALARI

Köyden Kente Göç: Tarımda Teknolojik İlerlemeler, Esneklik ve Çiftçi Geliri

Ekonomik gelişmeler beraberinde toplumsal yapı değişmelerini de getirir. Köyden kente göç de ekonomik gelişmeyle beraber yaşanan toplumsal gelişmelerden biridir. Buğday, arpa v.b. tahıl ürünlerinin talep ve arzı inelastiktir. Teknolojik ilerlemeler iktisat biliminde ekonomik gelişme ve kalkınmanın temel itici gücü olarak kabul edilir. Ama her değişiklikte olduğu gibi teknolojik ilerlemeler de gelir dağılımı ve gelir yaratılması konusunda toplumun farklı kesimleri arasında farklılık yaratır.

Tarımda gübrenin kullanılmaya başlaması, tarımda traktör ve benzeri makinelerin kullanılması, daha verimli tohumların yaratılması gibi gelişmeler tarımsal ürünler üretimi konusunda ortaya çıkacak teknolojik ilerlemelere örneklerdir. Peki, bu tür teknolojik ilerlemelerin tarımsal ürün piyasalarına ve bu piyasalardaki üretici ve tüketicilerin gelir ve harcamalarına etkisi nasıldır? Bilindiği gibi teknolojik ilerlemeler arzın artmasına ve arz eğrisinin sağa kaymasına sebep olarak dengede olan bir piyasada denge fiyatın azalmasına ve denge miktarın artmasına sebep olur.

Daha öncede bahsedildiği gibi tarımsal ürünlerin talebi ve arzı inelastiktir. Varsayalım ki buğday piyasası aşağıdaki grafikte (Şekil 3.15) görüldüğü gibi dengede ve denge fiyat 3 TL. ve denge miktar ise 100 birim olsun. Buğday arzını pozitif yönde etkileyecek yeni ve daha verimli bir tohum keşfi, gübrenin tarımda kullanılması, makineleşmenin tarımda yoğun bir şekilde kullanılması gibi teknolojik bir gelişme veri kaynaklarla (girdilerle) daha fazla buğday üretilmesine yol açacak ve arz eğrisinin sağa kaymasına neden olacaktır (Arz_2). Arz eğrisinin sağa kayması denge miktarını arttırırken (110 Birim) denge fiyatında ise (1 TL.) azalmaya sebep olacaktır. Sonuçta çiftçiler daha fazla buğday üretirken bu ürünü daha düşük fiyattan satacaklardır. Peki, bu durumda buğday satışından elde edilecek toplam satış geliri (hasılatı) ne olacaktır?



Talep esnekliği konusundan hatırlanacağı gibi, talebin inelastik olması durumunda fiyattaki azalmalar toplam gelirden azalmaya sebep olur. Örnek grafikte fiyat 3 TL. iken toplam gelir 300 TL. iken, teknolojik ilerleme sonucunda fiyat 1 TL.'ye düşmüş ve talebin inelastik olması nedeniyle toplam gelir ise 110 TL.'ye düşmüştür.

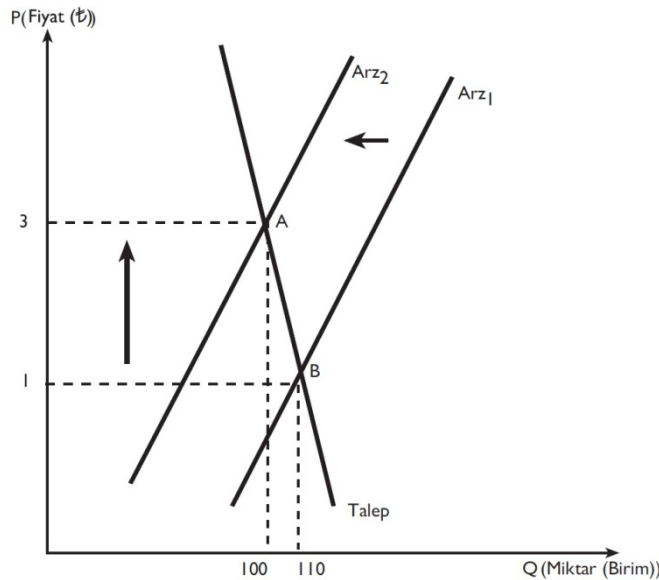
Örnekten çıkacak temel çıkarımlar şunlardır:

- Tarımsal ürünlerdeki teknolojik ilerlemeler rekabetçi piyasalar olan tarımsal ürünlerin arzının artmasına sebep olur.
- Arzın artması veri talep altında tarımsal ürün fiyatlarının azalmasına sebep olur.
- İnelastik talebe sahip olan malların fiyatlarındaki azalışlar o malları üretenlerin toplam gelirlerinde azalmaya sebep olur.
- Bu gelişme rekabetçi piyasalarda ürün üreten çiftçilerin gelirinde azalmaya ve ticaret hadlerinin çiftçiler aleyhine çalışmasına sebep olur.
- Nisbi (göreceli) durumu kötüleşen çiftçiler köyden kente göçer.

Tarımsal ürünlerin arzının teknolojik ilerlemeler sonucunda artması ve çiftçilerin toplam gelirindeki gelişmeler.

OPEC Petrol Kısıntıları Türkiye'nin Petrol Faturasını Nasıl Etkiler?

Birinci uygulamada olduğu gibi petrolünde kısa dönemde arz ve talebi inelastiktir. Dünya petrol piyasasında bireysel olarak her ne kadar çok sayıda üretici mevcut ise de bu üreticilerin önemli olan birçoğu birleşerek OPEC petrol kartelini oluşturup tekel olarak hareket etmektedir. OPEC petrol üretim miktarını azaltıp artırmakta, yani petrol arzını ortaklarının çıkarları doğrultusunda düzenlemektedir. Peki, OPEC petrol kısıntısına giderse bu gelişme OPEC kartel üyelerinin petrol gelirlerini ve Türkiye gibi petrol üretemeyen ama tüketicisi olan ülkelerin petrol ve enerji giderlerini nasıl etkiler? Bu sorunun cevabı yine esneklik ile ilgilidir.



Petrol piyasası dengede iken (denge fiyat ham petrol için litre başına 1 TL. ve denge miktar ise 110 Birim) OPEC'in kısıntıya gitmesi petrol arzını azaltır ve arz eğrisinin sola kaymasına sebep olur (Arz_2). Bu gelişme denge fiyatı artırırken (3 TL.), denge miktarın azalmasına (100 Birim) sebep olur. Petrol arz ve talebinin kısa dönemde inelastik olması dolayısıyla ve talebin inelastik olması durumunda fiyattaki artışların toplam hasılatı artırması kuralı gereğince, petrol fiyatlarındaki artış üretici-satıcıların toplam satış gelirlerini artırırken Türkiye benzeri ülkelerin petrol ve enerji faturalarının artmasına sebep olur. Örnek durum, şekil 3.16'da görülmektedir.

Örnekte Türkiye'nin başlangıç petrol harcamaları faturası 110 TL. iken arzdaki azalmalar fiyatın artması nedeniyle faturanın 300 TL.'ye çıkmasına sebep olmuştur.

Petrol arzındaki azalışlar sonucu Türkiye gibi petrol Üretemeyen ülkelerin enerji harcamaları

Neden AVM' lerde Hep Fiyat İndirimleri Olur? Tüketicileri Çok mu Seviyorlar?

Alış-Veriş Merkezlerine gittiğimizde genelde ünlü markaların ürünlerinin satıldığını görürüz. Bu mal ve hizmetlerin genel özelliği bu malların esnek talebe sahip olması ve bu mal piyasalarının tam rekabetçi değil de eksik rekabet piyasaları olmalarıdır. Eksik rekabet piyasalarında firmaların karşı karşıya oldukları talep eğrileri negatif eğimlidir.

Talep esnekliği-toplam gelir ilişkisi konusundan hatırlanacağı gibi, talebin esnek olduğu durumda fiyattaki indirimler toplam gelirin artmasına sebep olur. AVM' lerdeki ürünlerin talebini esnek olması bu firmaların önce yüksek fiyattan mal satmaya başlamalarını ve daha sonra da fiyat farklılaştırmasına giderek indirimlere gitmesine sebep olur. Bu fiyat stratejisi bu firmaların esneklik dolayısıyla toplam gelirlerinin artmasına ve tüketici rantının tüketicilerden bu firmalara transferine sebep olur.

Bundan dolayı AVM' lerdeki firmaların indirimlere gitmesi tüketicilere olan sevdalarından değil kendi toplam gelirlerini artırma isteklerinden kaynaklanır.

Neden Devlet Hep Benzin, Doğalgaz, Sigara ve Alkol Gibi Ürünlerin Vergi Oranlarını veya Fiyatlarını Artırır?

Bu ürünlerin genel özelliği talep esnekliklerinin küçük olması ve tüketiciler için zorunlu ihtiyaç malları olmalarıdır. Talebin inelastik olması durumunda fiyattaki artışlar toplam geliri (hasılatı) artırır. Bu vergi geliri toplayan ve bütçesinin gelir kalemini artırmak isteyen devlet için vergi gelirlerinin artması demektir. Bu anlamda devletin ülkemizde hep benzin, doğalgaz, sigara ve alkol ve GSM hizmetlerinin KDV, ÖTV vb. vergi oranlarını artırmasının sebebi bu ürünlerin talep esnekliklerinin düşük olması ve fiyatlarının artmasının vergi gelirlerinin artmasına sebep olmasıdır.

Vergi Yüğü Kime Yüğülenir?

Vergi kime yüğülenirse yüğülensin; piyasa hacmini daraltarak tüketicilerin ödedikleri fiyat ile üreticilerin eline geçen fiyat arasında bir farkın oluşmasına ve sonuç olarak hem üretici ve hem de tüketicilerin refahında azalmalara sebep olur. Mademki vergi hem üretici hem de tüketicileri negatif yönde etkiliyor, vergi yüğü hangi tarafın omzuna daha fazla biner? Vergi yüğüünün büyük kısmının üreticiler mi yoksa tüketiciler tarafından mı yüğüleneceğı esneklik tarafından belirlenir. Teorik ve pratik anlamda hangi tarafın esnekliğı daha düşük ise o taraf vergi yüğüünden daha fazla etkilenir.

Talebin esnek arzın ise inelastik olduğı durumda vergi yüğüünün çoğunu üreticiler yüğülenir (öder). Tam tersine talebin inelastik ve arzın esnek olduğı durumda ise vergi yüğüünün çoğunu tüketiciler öder.

3. ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR - I

1. Talebin fiyat esnekliği yardımıyla aşağıdakilerden hangisinin ölçümü yapılır?

- Bir malın fiyatındaki yüzde değişikliğe tüketicinin vereceği yüzde tepkisi
- Ek tüketicinin piyasaya girmesiyle talepte meydana gelen artış
- Gelir artışı sonucunda tüketicinin ne kadar daha mal talep edeceği
- Talebin fiyat dışı belirleyicilerinden birinde meydana gelen değişimler sonucu talepte meydana gelecek değişme
- Tüketicilerin beklentilerindeki değişmelerin etkileri

2. Bir mal zorunlu bir mal ise, bu mal için talep

- Esnektir
- Sonsuz esnektir
- Birim esnektir
- İnelastiktir
- Esneklik değeri bilinemez

3. Bir mala olan talebin esnekliği aşağıdaki durumlardan hangisinde daha az olur?

- Üreticiler istenilen miktarda mal üretmeye hazır ise
- Düşünülen zaman dilimi uzunsa
- Malın ikamesi yoksa
- Mal lüks mal ise
- Piyasa dar anlamda tanımlanmış ise

4. Damla Sakızın fiyatı 50 Kuruş iken, talep edilen miktar günlük 400 pakettir. Fiyat 40 kuruşa indiğinde, talep edilen miktar 600 pakete çıkmaktadır. Bu bilgiler ışığında orta nokta esneklik hesaplama metodu kullanarak sakızın talebinin fiyat esnekliği;

- Sıfır Esnektir
- İnelastiktir
- Birim esnektir.
- Esnektir
- Sonsuz (tam) esnektir

5. Aşağıdakilerden hangisi bir malın talep esnekliğini etkileyen faktörlerden biri değildir?

- Zaman
- Fiyat
- Malın tüketici için zorunlu olup olmadığı
- Malın ikamelerinin olup olmadığı
- Piyasanın nasıl tanımlandığı

6. Negatif eğimli doğrusal bir talep eğrisinde hangi fiyat- miktar bileşeninde toplam gelir maksimum olur?

- Talep eğrisinin orta noktasında
- Talep eğrisinin orta noktasına göre sağ alt kısmındaki bölgedeki bir noktada
- Talep eğrisinin orta noktasına göre sol üst kısmındaki bölgedeki bir noktada
- Talep eğrisinin yatay eksenine kestiği noktada
- Talep eğrisinin dikey eksenine kestiği noktada

7. Talebin inelastik olduğu durumda fiyattaki bir azalış nasıl sonuçlar verir?

- Toplam gelirden bir artış olur
- Toplam gelirden azalış olur
- Toplam gelirden değişiklik olmaz
- Çok sayıda üretici piyasadan çekilir
- Çok sayıda üreticinin piyasaya girmesine sebep olur

8. Aşağıdakilerden hangisi Arz esnekliğini etkileyen faktörlerden birisidir?

- Tüketici geliri
- Malın tüketici için zorunlu olup olmadığı
- Malın ikamelerinin olup olmadığı
- Piyasanın nasıl tanımlandığı
- Teknolojik değişimler

9. Daha önce tek fiyat politikası uygulayan ALO telefon şirketi, hafta içi gündüz telefon hizmetinin talebinin inelastik ve gece telefon hizmetlerinin ise esnek talebe sahip olduğunu saptamıştır. Nasıl bir fiyatlandırma stratejisi bu şirketin toplam gelirini maksimize eder?

- Gündüz tarifesini sabit tutup, gece tarifesini artırarak
- Gündüz tarifesini sabit tutup, gece tarifesini azaltarak
- Gündüz tarifesini artırıp, gece tarifesini azaltarak
- Gündüz tarifesini artırıp, gece tarifesini sabit tutarak
- Her iki tarife de artışa giderek

10. Vergi gelirlerini artırmak için Devlet hangi tür malların vergi oranlarında artış yapmalıdır?

- Arzı esnek olan malların
- Arzı inelastik olan malların
- Talebi esnek olan malların
- Talebi inelastik olan malların
- Lüks malların

3. ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR - II

1. Tereyağı fiyatındaki bir artışın, tereyağı talep eğrisi boyunca ne yönde bir harekete neden olacağı ve tüketicilerin fiyatı artan tereyağı yerine margarine yönelmelerinin margarin talep eğrisini ne yönde kaydıracağı aşağıdakilerden hangisinde sırasıyla ve birlikte verilmiştir?

- A. Aşağı doğru ve sağa kayacaktır
- B. Yukarı doğru ve sağa kayacaktır
- C. Değişmeyecektir
- D. Aşağı doğru ve sola kayacaktır
- E. Yukarı doğru ve sola kayacaktır

2. Kakao ve çikolatanın birbirine göre tamamlayıcı mallar olduğu varsayımı altında, kakao fiyatındaki bir azalmanın yaratacağı etki aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Her iki malın talebini azaltır
- B. Çikolata talebini azaltır
- C. Kakao talebini azaltır
- D. Çikolata talebini artırır
- E. Kakao arzını artırır

3. Şen ailesi sütün kg fiyatı 2 TL iken yılda 20 litre süt tüketmektedir. Fiyatı kg başına 3 TL'ye çıktığında yıllık tüketimleri 10 litreye düştüğüne göre Şen ailesi için süt talebinin fiyat esnekliği katsayısı aşağıdakilerden hangisidir?

- A. -0.3
- B. -0.4
- C. -1
- D. -2
- E. -2.5

4. Bir malın fiyatı düştüğünde tüketicilerin bu maldan daha fazla alacağını bilmesine rağmen, ne kadar daha fazla alacağını bilmek aynı şekilde önemlidir.

Buna göre, fiyat değiştiği zaman talep edilen miktarın ne kadar değiştiğinin ölçüsünü aşağıdakilerden hangisi verir?

- A. Arz esnekliği
- B. Azalan verimler yasası
- C. Talep esnekliği
- D. Tüketici rantı
- E. Çapraz esneklik

5. I. $E_d = 1$ esnek olmayan talep

II. $E_d > 1$ esnek talep

III. $E_d < 1$ birim esnek talep

Esneklik terminolojisine ilişkin yukarıdakilerden hangileri doğrudur?

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

6. Bir mala ilişkin talebin fiyat esnekliği katsayısı -2 olarak hesaplandığına göre, bu malın talep miktarını yüzde 50 oranında artırabilmek için fiyat yüzde kaç düşülmelidir?

- A. 5
- B. 10
- C. 25
- D. 30
- E. 50

7. Aşağıdaki ürünlerden hangisinde talep inelastiktir?

- A. Tavuk eti
- B. Margarin
- C. Tuz
- D. Fındık yağı
- E. Deterjan

8. Tüketicinin geliri % 10 oranında arttığında, elma talebi % 20 oranında artıyorsa, elma talebinin gelir esnekliğinin değeri kaçtır?

- A. 0.5
- B. 1
- C. 2
- D. 5
- E. 10

9. Bir malın fiyatı 100 lira iken talep miktarı 1000 kg, fiyat 150 lira olduğu zaman talep miktarı 250 kg olarak belirlenmiştir.

Buna göre, talebin fiyat esnekliği değeri aşağıdakilerden hangisidir?

- A. -10
- B. -4
- C. -2
- D. -1.5
- E. 0

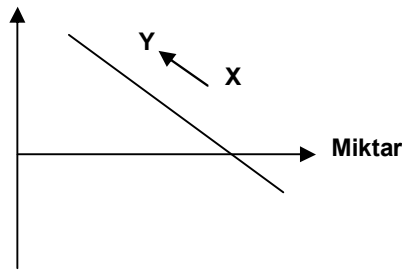
10. Gelir arttığı halde talebi azalan ve bu nedenle talebin gelir esnekliği katsayısı negatif olan mallara ne ad verilir?

- A. İkame mal
- B. Düşük mal
- C. Snop mal
- D. Tamamlayıcı mal
- E. Normal mal

11. Negatif eğimli tüm talep eğrilerinde, talep eğrisinin fiyat eksenini kesme noktasında esneklik değeri aşağıdakilerden hangisidir?

- A. ∞
- B. 1
- C. 0
- D. -1
- E. -3

12. Fiyat



Yukarıdaki şekle göre, talep eğrisi üzerinde X noktasından Y noktasına geçişin nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- A. İkame mal fiyatındaki düşüş
- B. Tamamlayıcı mal fiyatlarındaki artış
- C. Malın fiyatındaki artış
- D. Tüketicilerin tercihlerinde mal aleyhine dönüş
- E. Tüketicinin gelirindeki düşüş

13. Bir malın fiyatı 75 TL ve talep edilen miktarı 45 birim iken, malın fiyatı 125 TL olduğunda talep edilen miktar 15 birim ise, bu mal için ilgili fiyat aralıklarında hesaplanacak yay esnekliği değeri kaçtır?

- A. -5
- B. -4
- C. -3
- D. -2
- E. -1

14. Herhangi bir mala uygulanan bir verginin üretici ve tüketici arasında hangi miktarda paylaşılacağı aşağıdakilerden hangisine bağlıdır?

- A. Malın üretim miktarına
- B. Malın arz ve talep esnekliklerine
- C. Malın fiyatına
- D. Üreticilerin sayısına
- E. Tüketicilerin sayısına

15. Bir malın fiyatı 40 TL iken satılmak istenen miktarı 100 birimdir. Malın fiyatı 50 TL'ye çıktığında satılmak istenen miktar 150 birime çıkıyorsa arzın fiyat esnekliğinin değeri kaçtır?

- A. 0.5
- B. 1
- C. 1.5
- D. 2
- E. 4

16. Çapraz talep esnekliği pozitif olan mallara ne ad verilir?

- A. Snop mal
- B. Tamamlayıcı mal
- C. Veblen malı
- D. İkame malı
- E. Giffen malı

17. Yatay eksene dik çizilmiş bir talep eğrisi için talebin fiyat esnekliği aşağıdakilerden hangisi ile değerlendirilir?

- A. Esnektir
- B. Tam inelastiktir
- C. Birim esnektir
- D. Tam esnektir
- E. İnelastiktir

18. Talep eğrisi üzerindeki iki nokta arası için hesaplanan ortalama esneklik değeri aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Gelir esnekliği
- B. Eğri esnekliği
- C. Nokta esnekliği
- D. Fiyat esnekliği
- E. Yay esnekliği

19. Aşağıdakilerden hangisi bir malın talep esnekliğini etkileyen faktörlerden biri değildir?

- A. Fiyat
- B. Zaman
- C. Malın tüketici için zorunlu mal olup olmadığı
- D. Malın yakın ikamesinin olup olmadığı
- E. Piyasanın nasıl tanımlandığı

20. I. Üretim faktörleri

II. Teknoloji

III. Zaman

Yukarıdakilerden hangisi veya hangileri arz esnekliğini etkileyen faktörlerdir?

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

21. Toplam gelir (TR) formülü aşağıdakilerden hangisinde doğru olarak verilmiştir? (Q: miktar, P: Fiyat)

- A. $TR=Q/P$
- B. $TR=1+(Q \times P)$
- C. $TR=1/(Q+P)$
- D. $TR=1-(Q \times P)$
- E. $TR=Q \times P$

22. Talebin esnek olduğu bölgede ($E_P > 1$) fiyat indirimleri toplam geliri _____, talebin inelastik olduğu bölgede ($0 < E_P < 1$) fiyat artışları toplam geliri _____.

Yukarıdaki boşluklara sırasıyla aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- A. Azaltır - azaltır
- B. Artırır - azaltır
- C. Artırır - artırır
- D. Değiştirmez - değiştirmez
- E. Artırır - değiştirmez

23. I. Talebin inelastik olduğu durumda fiyattaki artışlar toplam geliri artırır.

II. Talebin esnek olduğu durumda fiyattaki artışlar toplam gelirden azalışa sebep olur.

Buna göre aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- A. I doğru, II yanlıştır.
- B. I ve II doğrudur.
- C. I ve II yanlıştır.
- D. I yanlış, II doğrudur.
- E. I ve II belirsizdir.

ÜNİTE 4

TÜKETİCİ VE ÜRETİCİ TERCİHLERİNİN TEMELLERİ

Tercih yaparken, tüketici ve üretici için benzer kavram ve kurallar kullanılır. Tüketici için fayda ve fiyat kavramları önemli iken üretici için hasıla, kâr ve maliyet kavramları önemlidir.

Rasyonel Davranış: İktisadi düşünme tarzının temel ilkesi karar alıcıların rasyonel davrandıkları ilkesidir.

Rasyonel davranış, bir iktisadi birimin tercih yapması veya karar alması gerektiğinde, kendi hedefine uygun biçimde hareket etmesidir. Bu doğrultuda üreticiler kendi çıkarları doğrultusunda, üreticiler de kendi çıkarları doğrultusunda hareket ederler. Tüketiciler fayda ve refah maksimizasyonu yapmaya çalışırken, üreticiler de kârlarını maksimize etmeye çalışırlar. Örneğin; birim fiyatı aynı olan iki üründen faydası daha yüksek olanın tüketici tarafından satın alınması, iktisadi açıdan rasyonel bir davranıştır.

Karar Alma: İktisadi düşünme tarzı, kararların nasıl alındığına ilişkin bazı varsayımları da içerir. İktisatçılar karar alınırken bir eylemin olası yarar ve maliyetlerinin göz önüne alındığını kabul ederler.

Maliyetler ve yararlar kişiden kişiye farklılık gösterdiği için kararlar da farklılık gösterebilir. Karar alma sürecinin bu özelliği nedeni ile elde edilen yararlarda veya katlanılan maliyetlerde meydana gelecek bir değişme, tercihleri de etkileyecektir.

Marjinal Analiz: İktisadi düşünme tarzı, marjinal analiz adını verdiğimiz bir analiz yöntemini de kapsar. Marjinal analiz, mevcut koşullar değiştiğinde ortaya çıkacak yeni durumun nasıl değiştiğinin incelenmesidir. Örneğin, bir öğrenci iktisat çalışmak için haftada 5 saat yerine 6 saat ayırmaya karar verdiğinde marjinal analize göre hareket ediyor demektir. Hemen anlayacağınız gibi, iktisat çalışmaya ilave bir saat ayrılmasının sağlayacağı fayda (sınavlarda daha yüksek bir not alma) bunun getireceği maliyeti (televizyon izlemeye daha az zaman ayırma, daha az uyuma, daha az dinlenme gibi) aşmaktadır.

Sadece tüketiciler değil, üreticiler de karar alırken marjinal analize bağlı kalarak hareket ederler. Örneğin, bir üretici firma daha çok işçi çalıştırdığında üretiminin ne kadar artacağına bakar.

TÜKETİCİ DENGESİ

Tercih ve Fayda

Fayda, bireyin tüketilen mal ve hizmetten elde edeceği memnuniyettir. Faydanın ölçülüp ölçülemeyeceği iktisatçılar arasında tartışma konusu olmuş ve bununla ilgili iki görüş ortaya çıkmıştır.

Kardinalist görüşe göre, fayda ölçülebilir. Faydayı ölçmek için “util” adı verilen bir birim ya da doğrudan parayı kullanmışlardır.

Ordinalist görüşe göre, fayda ölçülemez, yalnızca sıralanabilir. Buna göre, insanlar bir malı diğerlerinden daha çok beğendiklerini söyleyebilirler, ancak ne kadar daha fazla fayda elde ettiklerini söyleyemezler.

Toplam ve Marjinal Fayda

Toplam fayda, belirli bir dönemde, bireyin diğer mal ve hizmet tüketimleri sabit iken, bir malın çeşitli miktarlarının tüketilmesi sonucu ulaşılan tatmin düzeyidir. Yani bir kişinin mal ve hizmet tüketiminden aldığı yarar veya tatmin toplamıdır. Toplam fayda, **TU** harfleriyle ifade edilir.

İçilen Çay Miktarı (Bardak)	Toplam Fayda (TU)	Marjinal Fayda (MU)
0	0	
1	14	14
2	24	10
3	28	4
4	30	2
5	30	0
6	25	-5

Marjinal fayda, belirli bir zaman diliminde, belirli bir maldan bir birim daha fazla tüketilmesi sonucunda toplam faydada meydana gelen değişimdir. Kısaca ilave tüketilen birimin sağladığı faydadır. Marjinal fayda MU harfleriyle gösterilir.

MU :marjinal fayda

$$MU = \frac{\Delta TU_X}{\Delta Q_X}$$

ΔTU_X :X malının toplam faydasındaki değişim

ΔQ_X : X malının tüketim miktarındaki değişim

Tablodaki verilere göre, ikinci bardak çayı içmenin marjinal faydasını hesaplayalım:

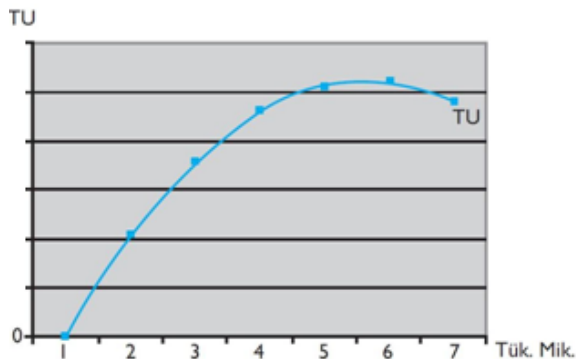
$$MU_{\text{çay}1,2} = \frac{\Delta TU_{1,2}}{\Delta Q_{1,2}} = \frac{(TU_2 - TU_1)}{(Q_2 - Q_1)} = \frac{14}{1} = 14 \text{ birim}$$

Tablo incelendiğinde, çay tüketimi ile elde edilen fayda her ilave bardak ile artmaktadır. Ancak bu artış azalarak devam etmektedir. Toplam fayda en yüksek düzeye ulaştıktan sonra ise, ilave çay tüketiminin toplam faydaya katkısı negatif olmaktadır. Yani tüketici gittikçe azalan bir marjinal fayda düzeyi ile karşı karşıyadır.

Azalan marjinal fayda, bir malın ilave miktarları tüketildikçe bu tüketimin sağlayacağı ek faydanın (marjinal faydanın) giderek azalacağı ilkesidir.

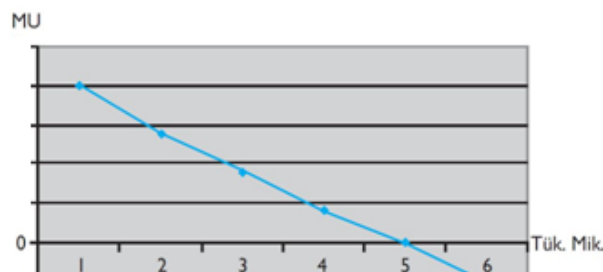
Azalan marjinal fayda ilkesi karar alma mekanizmasında önemli bir faktördür. Eğer kıtlık problemi etkin ise, rasyonel davranacak bir tüketici en fazla önceliği olan ihtiyaç veya isteğini gidermek isteyecektir.

Su-elma paradoksu, azalan marjinal fayda ilkesi ile açıklanabilir. Su, insan yaşamı için tüketilmesi gerekli olan zorunlu bir mal iken, elmas tüketilmediğinde en azından insanın fiziksel sağlığını bozacak bir mal olmayıp dünyada lüks kabul edilen mallardan biridir. Buna rağmen, su ve elmasın fiyatları kıyaslandığında, yaşamda aldıkları önemin tersi bir durum söz konusudur. Suyun fiyatı oldukça ucuzken, elmasın fiyatı oldukça pahalıdır. Buna göre su-elmas paradoksunun geçerli olduğu bir ortamda fiyatların temel belirleyicisi 'kıtlık' tır.



Marjinal faydanın sıfır olduğu noktada toplam fayda maksimum olmaktadır.

$$MU = 0 \quad (TU \text{ max})$$



Tüketici Dengesi : Fayda Maksimizasyonu

Tüketicinin amacı, mal ve hizmet tüketerek en yüksek fayda düzenini sağlayan mal bileşimlerini seçmektir.

Buradaki sorun tüketicinin hangi miktarlarda mal tüketmesi durumunda elde ettiği faydayı maksimize edeceğidir.

Fayda maksimizasyonu: Bir mal için harcanan her birim paranın marjinal faydasını bir başka mala harcanan bir birim paranın marjinal faydasına eşitleyen mal bileşimlerinin tercih edilmesi ile elde edilen faydanın maksimum olacağı kuraldır.

Örneğin tüketicinin yalnızca çay ve bök tükettiğini varsayarak, faydanın maksimize edilebilmesi için şu eşitliğin sağlanması gerekir.

$$\frac{\text{Bir bardak çayın marjinal faydası}}{\text{Bir bardak çayın birim fiyatı}} = \frac{\text{Bir dilim böreğin marjinal faydası}}{\text{Bir dilim böreğin birim fiyatı}}$$

Börek (dilim/hafta)	MU _{börek}	Çay (bardak/hafta)	MU _{çay}
3	24	1	16
4	20	3	14
5	16	5	12
6	12	7	10
7	8	9	8

Fayda maksimizasyonundaki bu eşitliğin bazı varsayımları vardır. Bunlar;

- Tüketicinin gelirinin sabit olduğu,
- malların (örnekteki çay ve böreğin) fiyatlarının sabit kaldığı ve
- azalan marjinal fayda kavramı geçerli olduğudur.

Bir tüketicinin haftalık 30 liralık gelirini çay ve bök tüketimi için ayırdığını düşünelim. Çayın bardağını 2 lira, böreğin diliminin de 4 lira olduğunu kabul edelim. Tabloya göre, dördüncü böreğin marjinal faydası 20 ve böreğin fiyatı 4 lira olduğu için marjinal fayda 5 birim olur. Tüketici gelirinin kalan kısmı ile bardağı 2 liradan 7 bardak çay içebilir. Tüketilen son bardak çayın marjinal faydası 10 olduğuna göre, marjinal fayda 5 br. olur. Böylece tüketici maksimizasyonu koşulu sağlamış olur. Yani,

$$\frac{MU_{\text{çay}}}{P_{\text{çay}}} = \frac{10}{2} = 5 = \frac{MU_{\text{börek}}}{P_{\text{börek}}} = \frac{20}{4} = 5 \text{ olur.}$$

O halde tüketici haftada 4 dilim bök ve 7 bardak çay tüketerek en yüksek faydayı sağlamış olur.

- Tüketici 3 dilim bök ve 9 bardak çay tüketirse:

$$\frac{MU_{\text{börek}}}{P_{\text{börek}}} = \frac{24}{4} = 6 > \frac{MU_{\text{çay}}}{P_{\text{çay}}} = \frac{16}{2} = 8 = 4$$

Bu durumda rasyonel davranış gereği tüketici faydasını arttırmak için, tükettiği bök miktarını arttırmaya ve çay miktarını azaltmaya başlayacaktır.

- Tüketici 5 dilim bök ve 5 bardak çay tüketirse:

$$\frac{MU_{\text{börek}}}{P_{\text{börek}}} = \frac{16}{4} = 4 < \frac{MU_{\text{çay}}}{P_{\text{çay}}} = \frac{12}{2} = 6$$

Bu durumda rasyonel davranış gereği tüketici, çay tüketimini arttırarak bök tüketimini kısacaktır.

Tüketici Dengesi: Tüketicinin belirli şartlarda en yüksek fayda düzeyini sağladığı durumdur. Buna göre tüketicinin dengeye gelebilmesi için gerekli şart, her mal için harcanan son liralara sağladığı faydaların birbirine eşit olmasıdır.

ÜRETİCİNİN TERCİH VE KARARLARI

Üretim: İnsanların ihtiyaçlarını dolaylı ya da doğrudan karşılayacak mal ve hizmetleri meydana getirme çabasıdır.

Firma: Üretimi gerçekleştiren ve bunların satışı konusunda karar veren ekonomik birimdir.

İmalat: Hammadde veya yan mamullerin üretim süreci sonunda şeklini değiştirerek, yeni bir mamul elde edilmesi sürecidir.

Üretim Fonksiyonu: Belirli bir dönemde kullanılan alternatif girdi bileşimlerinin olası maksimum çıktı ile ilişkilendirilmesidir. Üretim fonksiyonu şu şekilde gösterilir:

$$Q = f(L, K, T, t)$$

Q : Üretim miktarı L : Emek K : Sermaye T : Doğal kaynak t : Teknoloji

Üretim sürecinde kullanılan girdiler sabit ve değişken olmak üzere iki grupta değerlendirilir.

Sabit Girdiler: Ürün miktarındaki değişme karşısında belirli bir süre için miktarı değişmeyen girdilerdir.

Değişken Girdiler: Arzu edilen üretim düzeyine göre miktarı değişen girdilerdir.

KISA DÖNEM

Üretim fonksiyonundaki girdilerden sadece bir tanesinin değişebileceği, diğer girdilerin ise sabit kalacağı kabul edilmektedir. Konuya ilişkin açıklamalar yapılırken, emek miktarı değişken girdi olarak ele alınacaktır.

Toplam Fiziki Ürün (TPP) : Değişken girdi miktarının artırılmasına bağlı olarak elde edilen çıktıdır. Burada fiziki ürün deyimiyle fiilen gerçekleştirilen üretim miktarından söz edilmektedir, kastedilen parasal değer değildir. Diğer girdiler sabitken, değişken girdi miktarı olan emek miktarı arttırılırsa, üretim sıfırdan başlayarak artmaya başlar. Üretim önce yükselen oranlarda artmakta, belirli bir düzeyden sonra ise gittikçe azalan oranlarda artmaktadır. Bu durum azalan verimler yasası ile açıklanabilir.

Azalan verimler yasası; üretim faktör miktarları sabitken, bir üretim faktörünün üretimde kullanılan miktarının arttırılması durumunda, her ilave birimin sağladığı ürün miktarının azaldığını ifade eden ilişkidir.

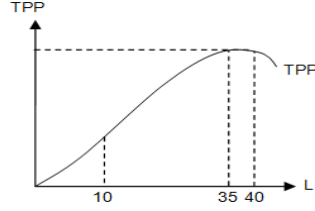
Marjinal Fiziki Ürün (MPP) : Emek miktarındaki bir birimlik değişimin toplam ürün miktarında meydana getirdiği değişimdir. Emek veriminin nasıl bir seyir izlediğini gösterir. Şu şekilde gösterilir;

$$\text{Emeğin Marjinal Fiziki Ürünü : } MPP_L = \frac{\Delta TPP_L}{\Delta L}$$

Ortalama Fiziki Ürün (APP) : Bir birim emek için elde edilen ürün miktarıdır. Emeğin ortalama fiziki ürünü (APP_L) şu şekilde gösterilir;

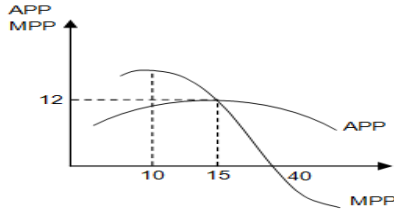
$$\text{Emeğin Ortalama Fiziki Ürünü : } APP_L = \frac{TPP}{L}$$

Toplam, Ortalama ve Marjinal Fiziki Ürün Eğrileri



MPP > APP ise, emek birimi başına ürün yükselecektir.

MPP < APP ise, APP azalmaya başlar. Bu durumda MPP eğrisi, APP eğrisinin maksimuma ulaştığı noktadan geçecektir.



Uzun Dönemde Üretim

Uzun dönem, üretim fonksiyonundaki bütün girdiler değiştirilebilmektedir.

Uzun dönemde azalan verimler kanunu işlememektedir.

Uzun dönemde tüm girdilerin miktarlarının değiştirilebilir olması, ölçek ve ölçek verimliliği kavramlarını ortaya çıkarır. Girdilerin miktarlarının aynı oranda değişmesi, **üretim ölçeğinin değişmesi** anlamındadır.

Ölçeğin Verimi: Bütün üretim faktörlerinin (girdilerin) aynı oranda artırılması durumunda, ürün miktarının hangi oranda değişeceğini ifade eder. Üç farklı ölçek verimi ile karşılaştırılır.

- **Ölçeğe Göre Sabit Verim:** Girdilerdeki artış oranı ile, çıktıdaki (üretimdeki) değişim oranı aynıdır.
- **Ölçeğe Göre Azalan Verim:** Girdideki artış, çıktıdaki artıştan (oransal olarak) yüksektir.
- **Ölçeğe Göre Artan Verim:** Çıktıdaki artış, oransal olarak girdideki artıştan yüksektir.

Faktör Bileşiminin Seçilmesi

Firmanın üretim yapabilmek için emek ve sermaye olmak üzere iki üretim faktörünün (girdisinin) olduğunu düşünelim. Girdideki artışla beraber artan üretimin piyasada satılması sonucunda elde edile gelir, bu girdi için **marjinal ürün değeri (MRP)** olarak adlandırılır. Bu tanımda parasal gelir dikkate alınır. Bu girdiye ait marjinal fiziki ürün şu şekilde hesaplanır.

$$MRP_L = MPP_L \cdot P_X$$

P_X : Piyasa fiyatı

MPP_L : Marjinal fiziki ürün

$MRP >$ girdi maliyeti ise, o girdiyi fazla kullanmak daha avantajlıdır.

$MRP <$ girdi maliyeti ise, girdi kullanımını azaltmak firma için daha yararlıdır.

Buna göre;

$$MRP_L = w \text{ (ücret)}$$

MRP_L : emeğin marjinal ürün değeri

$$MRP_K = r \text{ (faiz)}$$

MRP_K : sermayenin marjinal ürün değeri

İki girdi (L ve K) kullanan bir firma için optimal (en uygun) faktör bileşimi şöyledir:

$$\frac{MPP_L}{P_L} = \frac{MPP_K}{P_K} \quad \text{ya da} \quad \frac{MPP_L}{w} = \frac{MPP_K}{r}$$

MPP_L : emeğin marjinal fiziki ürünü

$w (P_L)$: emeğin birim fiyatı (ücret)

MPP_K : sermayenin marjinal fiziki ürünü

$r (P_K)$: sermayenin birim fiyatı (faiz)

Üretim faktörleri arasında, bu eşitlik sağlanıncaya kadar ikame yapılabilir.

4. ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR – I

1. Toplam ürünün maksimum olduğu noktada, aşağıdakilerden hangisi geçerlidir?

- a. APP maksimumdur
- b. APP sıfırdır
- c. MPP sıfırdır
- d. APP = MPP
- e. MPP maksimumdur

2. Marjinal analiz yaklaşımına göre aşağıdakilerden hangisi elmasın fiyatının yüksek olma nedenlerinden biri olabilir?

- a. Zorunlu mal olması
- b. Tüketimde öncelik taşıması
- c. Az bulunması
- d. İnsan sağlığına zararı olmaması
- e. Faydasız bir mal olması

3. Bir üretici kullandığı girdileri iki katına çıkardığında (diğer her şey sabit varsayımıyla) üretim miktarı dört katına çıkıyor. Bu durumda aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- a. Böyle bir durum iktisadi olarak imkansızdır
- b. Ölçeğe göre azalan verim söz konusudur
- c. Ölçeğe göre sabit verim söz konusudur
- d. Ölçeğe göre artan verim söz konusudur
- e. Verimde azalma söz konusudur

4. Emeğin ortalama fiziki ürünü (APPL) marjinal fiziki ürüne (MPPL) eşit olduğunda, APPL eğrisinin konumu aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Sıfırdır
- b. Maksimumdur
- c. Artandır
- d. Negatiftir
- e. Minimumdur

5. Üretimde kısa dönem için aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- a. Girdilerin hepsini değiştirebiliriz
- b. Bütün girdiler sabittir
- c. Hiç girdi kullanmayız
- d. İki değişken, bir sabit girdi olur
- e. Girdilerden yalnızca birinin miktarı değiştirilebilir

6. Bir girdinin marjinal fiziki ürün değeri girdi fiyatından büyük ise, bu girdinin üretim sürecinde kullanılan miktarı ne şekilde değiştirilmelidir?

- a. Azaltılmalıdır
- b. Arttırılmalıdır
- c. Değiştirilmemelidir
- d. Başka bir girdi ile değiştirilmelidir
- e. Sabit girdi ile ikame edilmelidir

7. Aşağıdakilerden hangisi toplam fayda (TU) ve marjinal fayda (MU) arasındaki ilişkiyi doğru olarak ifade etmektedir?

- a. TU ve MU birlikte azalırlar
- b. TU maksimum olduğunda MU sıfırdır
- c. MU maksimum iken TU sıfırdır
- d. MU artarken TU negatiftir
- e. MU ve TU arasında bir ilişki yoktur

8.

Çorba (kase/hafta)	MU _{çorba}	Tatlı (dilim/hafta)	MU _{tatlı}
2	40	2	30
3	35	4	27
4	30	6	24
5	25	8	21
6	20	10	18

Haftalık

28 TL gelirimiz olduğunu ve yalnızca çorba ve tatlı tükettiğimizi varsayalım. Bir kase çorba 5 TL ve bir dilim tatlı 3 TL olsun. Yukarıdaki tabloda haftalık tüketim ve marjinal fayda rakamlarını görmekteyiz. Buna göre kaç kase çorba optimal tüketimdir?

- a. 2
- b. 3
- c. 4
- d. 5
- e. 6

9. 8. sorudaki verilere göre kaç dilim tatlı optimal tüketimdir?

- a. 2
- b. 4
- c. 6
- d. 8
- e. 10

10. 8. sorudaki verilere göre optimal tüketim için TL başına marjinal fayda ne kadar olmalıdır?

- a. 10 b. 9 c. 8 d. 7 e. 6

4. ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR - II

1.

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$$

Bir tüketicinin A ve B mallarını tükettiği varsayımı altında verilen eşitliğin sağlanması aşağıdakilerden hangisinin gerçekleştiğini göstermektedir?

- A. Fayda maksimizasyonu
B. Piyasa dengesi
C. Birimler arasında farklılaştırma
D. Dışsal fayda
E. İçsel fayda

2. Emegin marjinal verimliliği aşağıdakilerden hangisi ile izlenebilir?

- A. Marjinal fiziki ürün
B. Ortalama fiziki ürün
C. Toplam fiziki ürün
D. Ortalama ürün değeri
E. Toplam ürün değeri

3. Maliyetler açısından uzun dönemli kısa dönemden ayıran temel özellik aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Sabit girdi düzeyinin bulunması
B. Firmaların, sabit maliyetlerinin olması
C. Firmaların, üretim miktarı ile ilgili girdi bileşimlerinin seçilebilmesi
D. Sabit girdi düzeyinin sonsuz sayıda olması
E. Firmaların, tüm maliyetlerinin değişken olması

4. X firması, fiyatı 200 TL olan bir maldan 10 birim sattığında toplam geliri 2000 TL iken 15 birim sattığında 2500 TL ise 15'inci birimin marjinal geliri aşağıdakilerden hangisidir?

- A. 50
B. 100
C. 150
D. 200
E. 250

5. Üretim faktörlerinden sadece bir tanesinin değiştirilmesine olanak sağlayan döneme ne ad verilir?

- A. Orta dönem
B. Uzun dönem
C. Kısa dönem
D. Çok kısa dönem
E. Piyasa dönemi

6. Aşağıdakilerden hangisi emek üretim faktörü için marjinal ürün değerini verir?

- A. Emegin ortalama fiziki ürünü x Malın fiyatı
B. Emegin ortalama fiziki ürünü x Emegin birim maliyeti
C. Emegin ortalama fiziki ürünü x Emegin marjinal fiziki ürünü
D. Emegin marjinal fiziki ürünü x Malın fiyatı
E. Emegin marjinal fiziki ürünü x Emegin toplam fiziki ürünü

7. Emek miktarındaki bir birimlik değişimin toplam ürün miktarında meydana getirdiği değişme aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Ürün
B. Ortalama fiziki ürün
C. Toplam fiziki ürün
D. Marjinal ürün değeri
E. Marjinal fiziki ürün

8. Toplam faydanın maksimum olduğu noktada marjinal fayda nasıldır?

- A. Minimum
B. Pozitif
C. Maksimum
D. Negatif
E. Sıfır

9. Üretimde uzun dönemde azalan verimler yasaının ortadan kalkmasının nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Ortalama fiziki ürün miktarının hesaplanamaması
B. Üretim faktörü verimliliklerinin sabit kalması
C. Piyasaya yeni firmaların giriş yapması
D. Marjinal fiziki ürün değerinin sıfır olması
E. Üretimde kullanılan tüm girdilerin miktarının değiştirilebilmesi

10. Bir firmada istihdam edilen işçi sayısı 15' den 20' ye çıkarıldığında, üretim miktarı yılda 100 birimden 200 birime çıkıyorsa emegin marjinal fiziki ürün değeri kaçtır?

- A. 5
B. 10
C. 15
D. 20
E. 25

11. Şekerleme üretimi yapan bir fabrikanın %10 oranında yeni makine ve teçhizat alması %10 oranında üretim artışına yol açıyorsa, bu üretim sürecinde aşağıdakilerden hangisi geçerli olur?
- A. Ölçeğe göre artan verim
B. Ölçeğe göre marjinal verim
C. Ölçeğe göre sabit verim
D. Ölçeğe göre azalan verim
E. Ölçeğe göre örtük verim
12. Üreticilerin kendi çıkarları doğrultusunda ve tüketicilerin de kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmesine ne ad verilir?
- A. Karar alma
B. Analiz yapma
C. Rasyonel davranma
D. Tercih yapma
E. Beklenti
13. Faydanın ölçülebileceğini ileri süren görüş aşağıdakilerden hangisidir?
- A. Kardinalist görüş
B. Ordinalist görüş
C. Optimal görüş
D. Tüketici görüşleri
E. Üretici görüşleri
14. İlave tüketimin sağladığı faydaya ne ad verilir?
- A. Toplam fayda
B. Marjinal fayda
C. Azalan fayda
D. Artan fayda
E. Sabit fayda
15. Su- elmas paradoksu aşağıdakilerden hangisi ile açıklanmaktadır?
- A. Marjinal fayda
B. Toplam fayda
C. Ölçeğe göre artan verim
D. Azalan marjinal fayda
E. Ölçeğe göre marjinal verim
16. Mevcut koşullar değiştiğinde, ortaya çıkacak yeni durumun nasıl değiştiğinin incelenmesi aşağıdaki iktisadi düşünme tarzlarından hangisi ile açıklanabilir?
- A. Rasyonel davranış
B. Kardinalist görüş
C. Karar alma
D. Ordinalist görüş
E. Marjinal analiz

$$17. \frac{MU_B}{P_B} > \frac{MU_A}{P_A}$$

Rasyonel davranış gereği faydasını arttırmak isteyen tüketici nasıl davranmalıdır?

- A. B malı tüketimini artırmalı, A malı tüketimini azaltmalıdır.
B. A malı tüketimini artırmalıdır.
C. B malı tüketimini artırmalıdır.
D. A malı tüketimini artırmalı, B malı tüketimini değiştirmemelidir.
E. A malı tüketimini değiştirmemeli, B malı tüketimini azaltmalıdır.
18. Aşağıdakilerden hangisi üretim fonksiyonlarından biri değildir?
- A. Teknoloji
B. Marjinal fayda
C. Emek
D. Sermaye
E. Doğalkaynak
19. İnsan ihtiyaçlarını dolaylı ya da doğrudan karşılayacak mal ve hizmetleri meydana getirme çabasına ne ad verilir?
- A. İmalat
B. Tüketici dengesi
C. Üretim
D. Firma
E. Üretici dengesi
20. Emek miktarındaki bir birimlik değişimin toplam ürün miktarında meydana getirdiği değişime ne ad verilir?
- A. Marjinal fiziki ürün
B. Toplam fiziki ürün
C. Ortalama fiziki ürün
D. Ölçeğe göre artan verim
E. Ölçeğe göre azalan verim

ARA SINAV İLE İLGİLİ BOŞLUK DOLDURMA ÇALIŞMASI

1.ÜNİTE-İKTİSADIN TEMEL KAVRAMLARINA GİRİŞ

1. _____, sonsuz insan isteklerinin kıt kaynaklarla nasıl düzenleneceğini inceleyen sosyal bir bilimdir.
2. Kıt kaynaklar, üretim faktörleridir. Üretim faktörleri; _____, _____, _____ ve _____ dir.
3. Sonsuz insan isteklerinin kaynaklardan fazla olması _____ dir.
4. Bir şeyi elde etmek için vazgeçilen en iyi alternatif yapılan tercihin _____ dir.
5. _____ 'a göre iktisat, sıradan iş yaşamında insanoğlunun incelenmesidir.
6. _____ 'e göre iktisat, alternatif kullanım alanlarına sahip kıt kaynaklar ile amaçlar arasındaki ilişkiyi inceleyen bir bilim dalıdır.
7. _____ iktisadı, "farklı malları üretmek ve toplumdaki farklı kişi ve gruplar arasında şimdi veya gelecekte tüketilmek amacıyla dağıtmak için; insanlar ve toplumun kıt kaynakları nasıl kullandıklarının incelenmesi" olarak tanımlar.
8. _____ 'e göre iktisat, iktisatçıların yaptığı iştir.
9. _____, gelir sınırsız iken tatmin edilmek istenen duygulardır.
10. _____ ise sınırlı gelirle tatmin edilmek istenen duygulardır.
11. _____ çaba sarfetmeden elde edilen maldır.
12. _____ elde edebilmek için bedel ödenen maldır. 2'ye ayrılır: _____ ve _____.
13. İstekleri tatmin etmek için kullanılan, maddi içerikleri olmayan, zihinsel ve fiziksel emeği içeren nesnelere _____ denir.
14. _____, bir kişinin bir malın tüketiminden elde ettiği doyumdur.
15. _____, fırsat maliyeti ile ölçülür.
16. _____, mal ve hizmetlerin değerlerinin para ile ifade edilmesidir.
17. _____, istekleri tatmin etmek için fayda yaratılmasıdır. 3' e ayrılır:
 - _____
 - _____
 - _____
18. Üretim faktörleri: _____, _____, _____ ve _____ dir.
19. İktisadi aktörler (temel karar birimleri): _____, _____, _____.
20. İktisat yöntem olarak _____ ' i kullanır. 4 aşamadan oluşur:

Birinci aşama : _____

İkinci aşama : _____

Üçüncü aşama : _____

Dördüncü aşama : _____
21. Bu teoriler oluşturulurken _____ varsayımı kullanılır.
22. İktisadi teori ve modeller geliştirilirken yanlış sonuçlara neden olabilecek iki şeyden kaçınmak gerekir:

- _____
- _____

23. _____, ekonomideki piyasalar ve bireysel karar birimlerini inceler.
24. _____, ekonominin işleyişini bir bütün olarak inceler.
25. _____, iktisatta ne olduğu ile ilgilenir.
26. _____, daha çok görüş ve değer yargılarına dayanarak iktisadi olayların ne olması gerektiği ile ilgilenir.

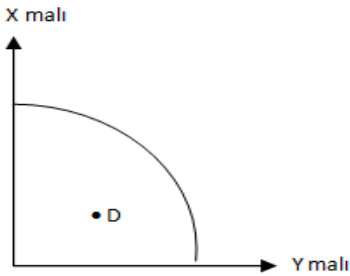
27. Üretim imkanları modelinin varsayımları şunlardır:

1. _____,
2. _____,
3. _____.

28. _____; sabit teknoloji ve tüm kaynakların kullanılması ile üretilebilecek tüm nihai bileşenleri gösterir.

29. Artan fırsat maliyetleri yasası, _____

30.



Yandaki üretim fonksiyonu eğrisine göre;

- a. _____, _____, _____ ve _____ noktaları erişilebilir bölgededir. Erişilebilir bölge; _____ bölgedir.
- b. _____ noktası erişilemez bölgededir.
- c. Eğri üzerinde _____ noktaları etkindir. _____ noktası ise etkin değildir. _____ noktasında mevcut kaynaklar ile üretim mümkün değildir.

31. Üretimde etkinlik sağlanamaması durumunda _____ ortaya çıkar.

32. Bir ekonomideki üretken kapasitedeki artışa _____ denir. Bu durumda üretim imkanları eğrisi _____ kayar. Bunun gerçekleşmesi için _____ veya _____ gereklidir.

33. İktisadın temel sorunları şunlardır:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

34. _____ 'de devlet büyük ölçüde kaynakların mülkiyetine sahiptir. Bu 4 sorunun cevabını devlet belirler.

35. _____ 'de iktisadi faaliyetler serpest piyasalar ve fiyatlar aracılığıyla yapılır.

2. ÜNİTE- ARZ, TALEP VE PIYASA DENGESİ

36. _____, tüketicilerin satın almaya niyetli ve satın alma gücüne sahip oldukları miktardır.

37. _____, _____ varsayımı altında, malın fiyatı arttıkça talep edilen miktarın azalmasıdır. Buna göre; 
38. _____, talep edilen ürünün fiyatı ile miktarı arasındaki ilişkiyi gösteren tablodur.
39. _____, ürünün fiyatı ile talep edilen miktarı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan negatif eğimli eğridir. Negatif eğimli olmasının 2 nedeni vardır:
- _____
 - _____
40. Bireysel talep eğrisinin yatay toplamı ile _____ elde edilir.
41. _____, talep miktarında değişmeye neden olur.
42. Talepte değişmeye neden olan faktörler ise şunlardır: _____
43. _____, talebi gelirle aynı yönlü değişen mallardır.
44. _____, talebi gelirle ters yönlü değişen mallardır.
45. _____, birbirinin yerine kullanılabilen mallardır.
46. _____, tüketimde birlikte kullanmak zorunda olduğumuz mallardır.
47. _____, belli bir dönemde üreticilerin çeşitli fiyatlarda ürettikleri ve satmak amacıyla piyasaya sundukları mal miktarlarıdır.
48. Arz kanununa göre; _____
49. _____, diğer faktörler sabitken mal veya hizmetin fiyatı ile üretilecek miktarı arasındaki doğru yönlü ilişkiyi gösteren tablodur.
50. Bir üretici için bir malın fiyatı ile arz edilen miktarı arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koyan grafik _____ dir. Bunların yatay toplamından ise _____ elde edilir.
51. _____, arz miktarında değişmeye neden olur.
52. Arzda değişmeye neden olan faktörler ise şunlardır; _____
53. Girdi fiyatları ile malın arzı arasında _____ yönlü bir ilişki vardır. Girdi fiyatları artarken arz miktarı _____.
54. Teknolojik gelişmeler arz eğrisini _____ doğru kaydırır.
55. Vergi artışları arz eğrisini _____ doğru, sübvansiyonlar ise _____ doğru kaydırır.
56. Bir mal veya hizmetin piyasa arz ve talep eğrilerinin kesiştiği noktada _____ oluşur.
57. Piyasa dengesindeki fiyat _____ ve miktar _____ dir.
58. Denge fiyatının üzerindeki fiyatlarda _____, altındaki fiyatlarda ise _____ oluşur.
59. Hem arz hem talep birlikte artarsa miktar _____, fiyat _____.
61. Hem arz hem talep birlikte azalrsa; miktar _____, fiyat _____.

3. ÜNİTE- TALEP VE ARZ ESNEKLİKLERİ VE UYGULAMALARI

62. _____, tüketici ve üreticilerin piyasa koşullarındaki değişmeler ne kadar tepki vereceğini gösterir.

63. _____, malın talep edilecek miktarının fiyat değişimlerine yüzde olarak ne kadar tepki vereceğini gösterir.

$$\varepsilon_p = \begin{cases} \text{Talebin fiyat esnekliği ya da} \\ \text{Nokta fiyat esnekliği} \end{cases}$$

$$\varepsilon_p = \begin{cases} \text{Talebin yay esnekliği ya da} \\ \text{Orta nokta fiyat esnekliği} \end{cases}$$

64. Talep esnekliği katsayısı _____ ile _____ arasında yer alır.

65. Talep enseliğini etkileyen faktörler şunlardır:

- _____,
- _____,
- _____,
- _____.

66. Zorunlu malların talebi _____, lüks malların talebi ise _____ dir.

67. Yakın ikamesi olan malların talebi _____ dir.

68. Dar anlamda tanımlanan piyasalardaki malların talebi, geniş anlamdaki piyasalara göre daha _____ dir.

69. Mal ve hizmetler _____ dönemde, _____ döneme göre daha esnek talebe sahiptir.

70. _____ ise fiyattaki değişme ne olursa olsun talep miktarındaki yüzde değişiklik sıfırdır.

71. _____ ise talep miktarındaki yüzde değişiklik fiyattaki yüzde değişikliktan daha küçüktür.

72. _____ ise talep miktarındaki yüzde değişiklik, fiyattaki yüzde değişikliğe eşittir.

73. _____ ise talep miktarındaki yüzde değişiklik fiyattaki yüzde değişikliktan büyüktür.

74. _____ ise veri fiyattan, talep miktarındaki yüzde değişiklik sonsuzdur.

75. Toplam gelir (TR) =

76. Talebin esnek olduğu bölgede ($\varepsilon_p > 1$):

- Fiyat indirimleri ya da fiyattaki azalışlar toplam geliri _____,
- Fiyattaki artışlar toplam geliri _____.

77. Talebin inelastik olduğu bölgede ($\varepsilon_p < 1$):

- Fiyat artışları toplam geliri _____.
- Fiyattaki azalışlar ise toplam geliri _____.

78. _____, gelirdeki değişimler karşısında tüketicinin talep edeceği miktarın ne kadar değişeceğini gösterir.

$$\epsilon_I =$$

79. Talebin gelir esnekliği;

- Normal mallar için _____
- Düşük mallar için _____ dir.

80. Zorunlu mallar _____ gelir esnekliğine, lüks mallar ise _____ gelir esnekliğine sahiptir.

81. _____, Y malının fiyatındaki yüzde değişimin, X malının talep edilen miktarında ne kadarlık değişmeye sebep olacağını gösterir.

$$\epsilon_{py} =$$

82. $\epsilon_{py} > 0$ ise X ve Y malları _____ mallardır.

83. $\epsilon_{py} < 0$ ise X ve Y malları _____ mallardır.

84. $\epsilon_{py} = 0$ ise X ve Y malları _____ mallardır.

85. Fiyattaki yüzde değişimlerin arz edilecek mal miktarında meydana getireceği yüzde değişimin ne kadar olacağını _____ gösterir.

$$86. \epsilon_S =$$

87. Arz esnekliğini etkileyen faktörler şunlardır:

- _____,
- _____,
- _____.

88. Arz esnekliği _____ dönemde _____ döneme göre daha inelastiktir.

89. _____ ise ; arz eğrisi dikey eksene paraleldir.

90. _____ ise ; fiyattaki yüzde değişim > arz miktarındaki yüzde değişim olur.

91. _____ ise ; fiyattaki yüzde değişim = arz miktarındaki yüzde değişim olur.
92. _____ ise ; fiyattaki yüzde değişim < arz miktarındaki yüzde değişim.
93. _____ ise ; arz eğrisi yatay eksene paraleldir.

4. ÜNİTE- TÜKETİCİ VE ÜRETİCİ TERCİHLERİNİN TEMELLERİ

94. _____ ' a göre, tüketiciler fayda ve refah maksimizasyonunu sağlamaya, üreticiler ise karlarını maksimize etmeye çalışırlar.
95. _____ ; mevcut koşullar değiştiğinde ortaya çıkacak yeni durumun nasıl değiştiğinin incelenmesidir.
96. _____ ' e göre fayda ölçülebilir. Faydayı ölçmek için _____ adı verilen bir birim kullanmışlardır.
97. _____ ' e göre fayda ölçülemez, yalnızca sıralanabilir.
98. Toplam fayda " ____ " ile gösterilir.
99. _____ , ilave tüketilen birimin sağladığı faydadır. " ____ " ile gösterilir ve şu şekilde formüle edilir:
100. _____ ilkesi, bir malın ilave miktarları tüketildikçe bu tüketimin sağlayacağı ek faydanın (marjinal faydanın) giderek azalacağı ilkesidir.
101. Su- elmas paradoksu _____ ile açıklanabilir. Su- elmas paradoksunun geçerli olduğu bir ortamda fiyatların temel belirleyicisi _____ dir.
102. _____ : Bir mal için harcanan bir birim paranın marjinal faydasını, bir başka mala harcanan bir birim paranın marjinal faydasına eşitleyen mal bileşimlerinin tercih edilmesi ile elde edilen faydanın maksimum olacağı kuralıdır.
- Bunun için şu eşitliğin sağlanması gerekir:

$$\frac{MU_A}{P_A} > \frac{MU_B}{P_B}$$

103. _____ ise rasyonel davranış gereği tüketici faydasını arttırmak için, A malı tüketim miktarını _____ ve B malı tüketim miktarını _____ dir.
104. İnsan ihtiyaçlarının dolaylı ya da doğrudan karşılayacak mal ve hizmetleri meydana getirme çabasına _____ denir.
105. _____ , üretimi gerçekleştiren ve bunların satışı konusunda karar veren ekonomik birimdir.
106. _____ , hammadde veya yarı mamullerin üretim süreci sonunda şeklini değiştirerek yeni bir mamul elde edilmesi sürecidir.
107. _____ , belirli bir dönemde kullanılan alternatif girdi bileşimlerinin olası çıktı ile ilişkilendirilmesidir. Şu şekilde gösterilir:
108. Üretim sürecinde kullanılan girdiler 2' ye ayrılır:
- _____ ,
 - _____ .
109. _____ , üretim fonksiyonundaki girdilerden sadece bir tanesinin değişebileceği dönemdir.
110. _____ , değişken girdi miktarının artırılmasına bağlı olarak elde edilen çıktıdır.

111. _____, emek miktarındaki bir birimlik değişimin toplam ürün miktarında meydana getirdiği değişimdir.

112. Emeğin marjinal fiziki ürünü =

113. _____, bir birim emek için elde edilen ürün miktarıdır.

114. _____ de üretim fonksiyonundaki bütün girdiler değiştirilebilir.

115. Azalan verimler yasası _____ de işler, _____ de işlemez.

116. _____, bütün üretim faktörlerinin (girdilerin) aynı oranda artırılması durumunda, üretim miktarının hangi oranda değişeceğini ifade eder. Üç farklı haliyle karşılaştırılabilir:

- _____,
- _____,
- _____.

117. Girdideki artışla beraber artan üretimin piyasaya satılması sonucunda elde edilen gelir, bu girdi için _____ olarak adlandırılır. "_____" ile gösterilir. Şu şekilde hesaplanır:

118. _____ ise o girdiyi fazla kullanmak daha avantajlıdır.

119. _____ ise girdi kullanımını azaltmak firma için daha yararlıdır.

120. Bir üretim faktörü için optimal girdi kullanım düzeyi, girdinin marjinal fiziki ürün değerinin girdinin fiyatına eşit olduğu ($MRP = \text{girdi fiyatı}$) seviyedir. Buna göre optimal faktör bileşimi şu şekildedir:

ARA SINAV ÇALIŞMA SORULARI – I

1. ÜNİTE- İKTİSADIN TEMEL KAVRAMLARINA GİRİŞ

1. **Günümüzde kullandığımız iktisat tanımı aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A. Sıradan iş yaşantısında insanoğlunun incelenmesidir.
 - B. İktisatçıların yaptığı işidir.
 - C. Sınırsız insan istekleri karşısında, bu istekleri karşılamada kullanılacak kaynakların kıt olmasının incelenmesidir.
 - D. Alternatif kullanım alanlarına sahip kaynaklar ile amaçlar arasındaki ilişkiyi inceleyen bilim dalıdır.
 - E. İnsanlar ve toplumun kıt kaynakları nasıl kullandığının incelenmesidir.
2. **Toplumların temel iktisadi sorunu hangisidir?**
 - A. İşsizlik
 - B. Zarar
 - C. Kıtlık
 - D. Maliyet
 - E. Enflasyon
3. **Bir isteği tatmin etmek veya bir şeyi elde etmek için vazgeçilen en iyi alternatif ne ad verilmektedir?**
 - A. Rasyonel seçim
 - B. İrrasyonel seçim
 - C. Örtük maliyet
 - D. Fırsat maliyeti
 - E. Tercih
4. **Gelir sınırlı iken tatmin edilmek istenen duygulara ne ad verilir?**
 - A. İhtiyaç
 - B. İstek
 - C. Fayda
 - D. Değer
 - E. Tercih
5. **Bireylerin tatmin sağlamak için elde ettikleri nesnelere ne ad verilir?**
 - A. Mal
 - B. İstek
 - C. Hizmet
 - D. İhtiyaç
 - E. Fayda
6. **Bir malın paylaşılması konusunda sıkıntı olmayan ve tüketimini artırmak için başka bir malın tüketiminden vazgeçmeyi gerektirmeyen mal türü aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A. İktisadi mal
 - B. Serbest mal
 - C. Dayanıklı mal
 - D. Dayanıksız mal
 - E. Tüketim malı
7. **Aşağıdakilerden hangisi ticari hizmet değildir?**
 - A. Bankacılık
 - B. Ticaret
 - C. Sigortacılık
 - D. Üretim organizasyonu
 - E. Doktor

8. **Bir malın tüketiminden elde edilen doyuma ne ad verilir?**
 - A. Fayda
 - B. İhtiyaç
 - C. Değer
 - D. İstek
 - E. İhtiyaç
9. **İktisadi ürünlerin miktarını ve faydasını arttırmak veya yararlı hizmetler sunmak amacıyla harcanan tüm çabalara ne ad verilir?**
 - A. Fayda
 - B. İstek
 - C. İhtiyaç
 - D. Üretim
 - E. Tüketim
10. **Çiftçilik, balıkçılık ve kömür, altın, kurşun, petrol çıkarımının oluşturduğu üretim türü aşağıdakilerden hangisidir?**
 - A. Birincil üretim
 - B. İkincil üretim
 - C. Üçüncül üretim
 - D. Tekil üretim
 - E. Birlikte üretim
11. **Aşağıdakilerden hangisi üretim faktörü değildir?**
 - A. Emek
 - B. Sermaye
 - C. Toprak
 - D. Girişimcilik
 - E. Kar
12. **Aşağıdaki eşleşmelerden hangisi yanlıştır?**
 - A. Emek – Ücret
 - B. Sermaye – Faiz
 - C. İşgücü – Rant
 - D. Girişimci – Kar
 - E. Toprak – Kira
13. **I. Hane halkı
II. Firmalar
III. Devlet
IV. Bankalar**
İktisatçılara göre iktisadi aktörler (temel ekonomik birimler) yukarıdakilerden hangileridir?
 - A. Yalnız I
 - B. I ve II
 - C. II ve III
 - D. I, II ve III
 - E. I, II, III ve IV
14. **İktisat bilimsel yöntemi kullanır. Aşağıdakilerden hangisi bilimsel yöntemin aşamalarından değildir?**
 - A. Dört aşamadan oluşur.
 - B. Gerçek yaşamla ilgili gözlemler yapılır.
 - C. Neden sonuç ilişkileri açıklanır.
 - D. Yapılan testler sonucunda hipotezin geçerliliği yönünde bulgular elde edilirse, hipotez teoriye dönüştürülür.
 - E. İncelemeler laboratuvar ortamında gerçekleştirilir.

15. İki değişken arasındaki ilişki analiz edilirken, diğer değişkenlerin sabit kabul edildiği duruma ne ad verilir?

- A. Mutadis mutandis
- B. Laissez faire
- C. Ceteris paribus
- D. Okun yasası
- E. Greasham yasası

16. Aşağıdakilerden hangisi iktisadi teoriler elde edilirken yanlış sonuçlara yol açabilecek hatalardan biridir?

- A. İsteklerin sınırsızlığı
- B. Değerleme hatası
- C. Fiyat yansıtması
- D. Olumsuz ikame
- E. Terkip hatası

17. İnsanların firma, piyasa ve endüstri gibi küçük birimlerle ilişkili tercihlerini inceleyen iktisat bölümüne ne ad verilir?

- A. Pozitif iktisat
- B. Normatif iktisat
- C. Makro iktisat
- D. Mikro iktisat
- E. Uluslararası iktisat

18. "Türkiye'de gelir vergisi oranlarının düşürülmesinin toplam istihdam üzerinde ne tür bir etkisi olur? Bu durumun ekonomik büyümeye etkisi ne olur?" şeklindeki ifade aşağıdakilerden hangisine örnek oluşturur?

- A. Pozitif iktisat
- B. Normatif iktisat
- C. Makro iktisat
- D. Mikro iktisat
- E. Uluslararası iktisat

19. Aşağıdakilerden hangisi üretim imkânları modelinin varsayımlarından biri değildir?

- A. Tüm üretim faktörlerinin miktarı sabittir.
- B. Tüm kaynaklar tam olarak kullanılmaktadır.
- C. Teknoloji sabittir.
- D. İcat söz konusu değildir.
- E. Üretim faktörlerinin tümü değişkendir.

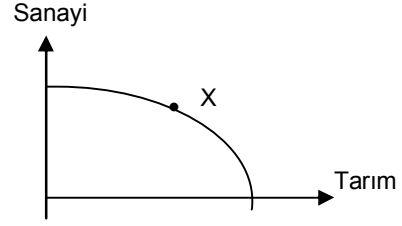
20. Mevcut tüm kaynaklar ve teknoloji ile üretilebilecek mal ve hizmetlerin alternatif bileşimlerini gösteren eğriye ne ad verilir?

- A. Arz eğrisi
- B. Talep eğrisi
- C. Üretim imkânları eğrisi
- D. Farksızlık eğrisi
- E. Tercih eğrisi

21. Üretim imkânları eğrisinin içbükey olmasının temel nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Fırsat maliyeti
- B. Artan fırsat maliyeti
- C. Azalan fırsat maliyeti
- D. Sabit fırsat maliyeti
- E. Azalan ölçek ekonomisi

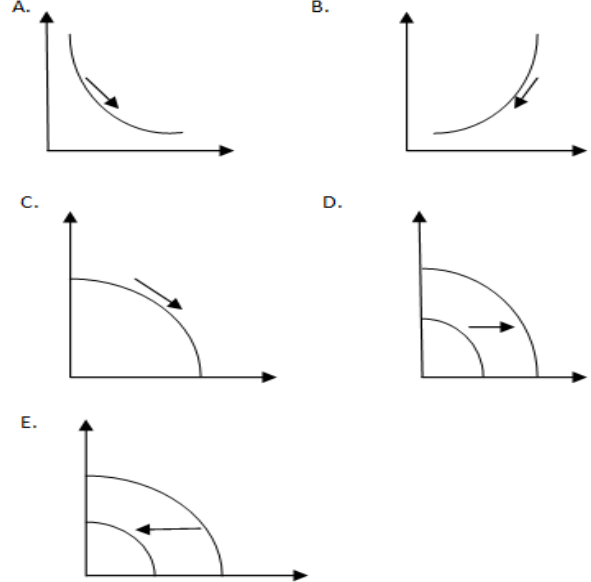
22.



Yukarıdaki üretim imkânları eğrisi üzerindeki X noktası için aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- A. Ekonomide işsizlik vardır.
- B. Ekonomide aşırı kapasite vardır.
- C. Ekonomide eksik kapasite vardır.
- D. Ekonomide atıl üretim söz konusudur.
- E. Ekonomide maksimum üretim sağlanmaktadır.

23. Aşağıdakilerden hangisi ekonomik büyüme durumunu göstermektedir?



2. ÜNİTE – ARZ, TALEP VE PİYASA DENGESİ

1. Belirli bir dönemde farklı fiyatlardan tüketicilerin satın almak istedikleri ve satın alabilecekleri mal miktarına ne ad verilir?

- A. Arz
- B. Talep
- C. Fayda
- D. Değer
- E. İstek

2. Diğer değişkenler sabitken, satın alınmak istenen miktar ile malın fiyatı arasındaki ters yönlü ilişkiye ne ad verilir?

- A. Arz yasası
- B. Talep yasası
- C. Ceteris paribus
- D. Nedenseme
- E. Terkip

3. Diğer faktörler sabitken talep edilen ürünün fiyatı ile miktarı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Arz eğrisi
- B. Talep eğrisi
- C. Arz şedülü
- D. Talep şedülü
- E. Piyasa dengesi

4. Fiyat ile talep edilen miktar arasındaki ters yönlü ilişkiyi ortaya koyan negatif eğimli eğri aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Arz eğrisi
- B. Piyasa arz eğrisi
- C. Talep eğrisi
- D. Piyasa talep eğrisi
- E. Eş ürün eğrisi

5. Bir malın fiyatı arttığında, ilgili malın diğer mallara göre nispeten daha pahalı hale gelmesi nedeniyle daha az talep edilmesine ne ad verilir?

- A. Fiyat etkisi
- B. Gelir etkisi
- C. İkame etkisi
- D. Tamamlama etkisi
- E. Dışlama etkisi

6. Bir malın fiyatı arttığında, satın alma gücü azalan tüketicinin, hem fiyatı artan hem de diğer mallardan satın alabileceği miktarların azalması durumuna ne ad verilir?

- A. Fiyat etkisi
- B. Gelir etkisi
- C. İkame etkisi
- D. Tamamlama etkisi
- E. Dışlama etkisi

7. Her bir fiyat düzeyinde, bireysel talep miktarlarının yatay toplamına ne ad verilir?

- A. Arz eğrisi
- B. Piyasa arz eğrisi
- C. Talep eğrisi
- D. Piyasa talep eğrisi
- E. Piyasa dengesi eğrisi

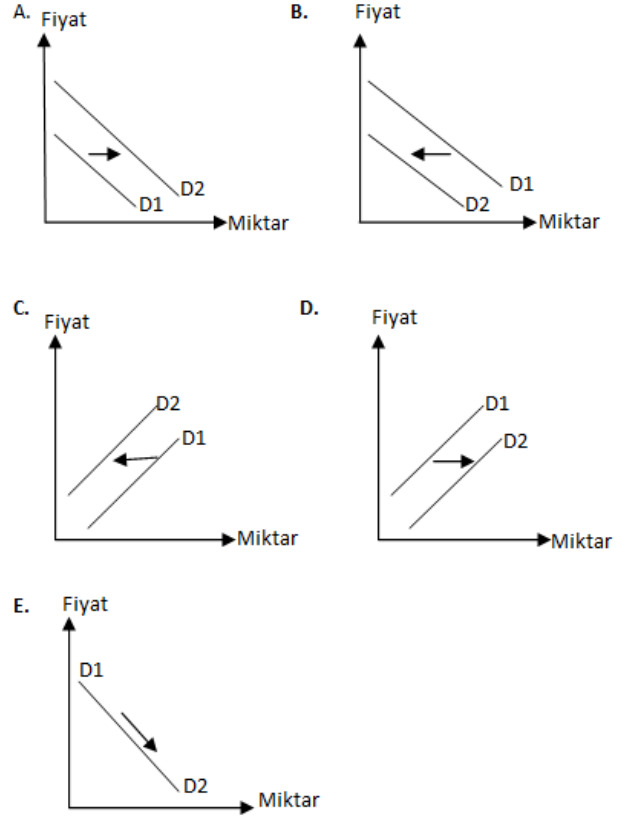
8. Aşağıdakilerden hangisi talep eğrisinde bir kayma meydana getirmez?

- A. Tüketicinin gelirinde artış
- B. Tüketicinin beklentilerinde değişiklik
- C. Alıcı sayısının artması
- D. Teknolojik gelişmeler
- E. Zevk ve tercihlerin değişmesi

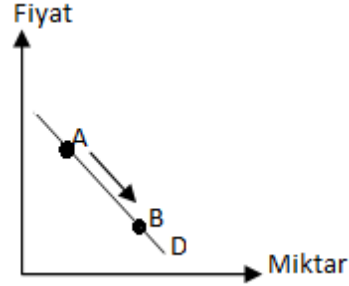
9. Gelirdeki bir artış karşısında talebi azalan mallara ne ad verilir?

- A. Normal mal
- B. Düşük mal
- C. İkame mal
- D. Tamamlayıcı mal
- E. Lüks mal

10. Tüketiciler otomobil fiyatlarının bir sonraki dönem azalacağını düşünüyorlar ise, diğer değişkenler sabitken, aşağıdakilerden hangisi talepteki değişmeyi göstermektedir?



11.



Yukarıdaki şekilde talep eğrisi üzerinde A noktasından B noktasına hareketin temel nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Malın fiyatının artması
- B. İkame malın fiyatının düşmesi
- C. Tamamlayıcı malın fiyatının artması
- D. Malın fiyatının azalması
- E. İkame malın Fiyatının artması

12. Belirli bir dönemde üreticilerin çeşitli fiyatlardan ürettikleri ve satmak amacıyla piyasaya sundukları mal miktarına ne ad verilir?

- A. Fiyat
- B. İstek
- C. Talep
- D. İhtiyaç
- E. Arz

13. Diğer değişkenler sabitken, malın fiyatı ile arz miktarı arasındaki doğru yönlü ilişkiye ne ad verilir?

- A. Arz yasası
- B. Arz şedülü
- C. Talep Yasası
- D. Talep şedülü
- E. İkame

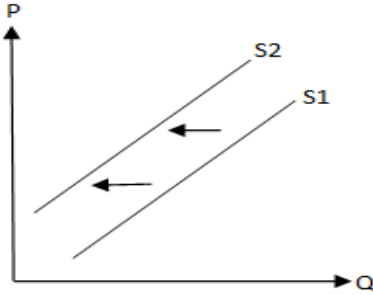
14. Diğer faktörler sabitken mal veya hizmetin fiyatı ile üretim miktarı arasındaki ilişkiyi gösteren tabloya ne ad verilir?

- A. Arz eğrisi
- B. Arz şedülü
- C. Talep eğrisi
- D. Talep şedülü
- E. Piyasa eğrisi

15. Aşağıdakilerden hangisi arz eğrisini sağa doğru kaydırmaz?

- A. Teknolojik gelişmeler
- B. Vergi oranlarının düşmesi
- C. Sübvansiyonların artması
- D. Malın fiyatının artması
- E. Üretici sayısının artması

16.



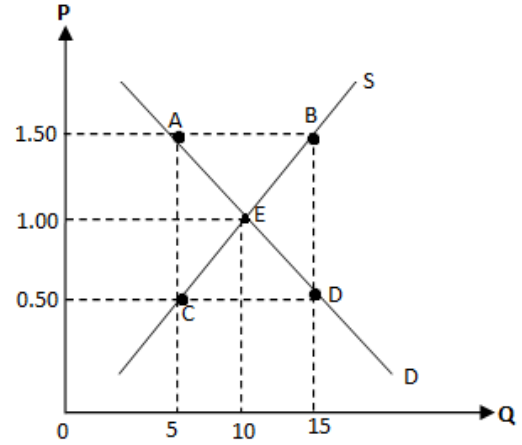
Yukarıdaki şekle göre aşağıdakilerden hangisi arz eğrisini sola doğru kaydırır?

- A. Sübvansiyonlarda artış
- B. Üretici sayısındaki artış
- C. Girdi fiyatlarında düşme
- D. Vergilerde artış
- E. Teknolojide gelişme

17. Arz edilen mal miktarını talep edilen mal miktarına eşitleyen fiyata ne ad verilir?

- A. Taban fiyat
- B. Tavan fiyat
- C. Nispi fiyat
- D. Denge fiyat
- E. Tek fiyat

18.



Yukarıdaki şekle göre malın fiyatı 0.50 olduğunda aşağıdakilerden hangisi gerçekleşmektedir?

- A. AB aralığı kadar talep fazlalığı
- B. AB aralığı kadar arz fazlalığı
- C. CD aralığı kadar talep fazlalığı
- D. CD aralığı kadar arz fazlalığı
- E. AC aralığı kadar arz fazlalığı

19. Piyasa talebi sabitken, arzdaki bir artış denge fiyatı ve denge miktarını ne yönde etkiler?

- A. Denge miktarı ve denge fiyatı artar.
- B. Denge miktarı ve denge fiyatı azalır.
- C. Denge miktarı artar, denge fiyatı azalır.
- D. Denge miktarı azalır, denge fiyatı artar.
- E. Denge miktarı artar, denge fiyatı değişmez.

20. Piyasa arzı sabitken, talebin artması durumunda denge fiyatı ve denge miktarı ne yönde değişir?

- A. Denge miktarı ve denge fiyatı artar.
- B. Denge miktarı ve denge fiyatı azalır.
- C. Denge miktarı artar, denge fiyatı azalır.
- D. Denge miktarı azalır, denge fiyatı artar.
- E. Denge miktarı artar, denge fiyatı değişmez.

21. Arz edilen miktarı 70 birim, talep edilen miktarı 100 birim olan bir mal piyasasında aşağıdakilerden hangisi söz konusu olur?

- A. Arz fazlası
- B. Talep fazlası
- C. Enflasyon
- D. Deflasyon
- E. Sterilizasyon

22. Zeytinyağı fiyatındaki bir artışın, mısır yağı talep eğrisi boyunca ne yönde bir harekete neden olacağı ve tüketicilerin fiyatı artan zeytinyağı yerine, mısır yağına yönelmelerinin mısır yağı talep eğrisinde nasıl bir kaymaya yol açacağı aşağıdakilerden hangisinde sırasıyla birlikte verilmiştir?

- | Zeytinyağı talebi | Mısıryağı talebi |
|-------------------|------------------|
| A. Aşağı doğru | Sola kayar |
| B. Aşağı doğru | Sağa kayar |
| C. Yukarı doğru | Sola kayar |
| D. Yukarı doğru | Sağa kayar |
| E. Değişmez | Sola kayar |

23. Arz yasasına göre, bir malın fiyatı ile talep miktarı arasındaki ilişki aşağıdakilerden hangisinde doğru olarak verilmiştir?

Fiyat (P)	Arz miktarı (Q)
A. Artar	Azalı
B. Azalı	Artar
C. Artar	Artar
D. Artar	Değişmez
E. Azalı	Değişmez

24. Aşağıdaki mal türlerinden hangi ikisi, diğer mallardan farklıdır?

- Kırmızı et – beyaz et
- Dolma kalem – mürekkep
- Otomobil – benzin
- Çay – şeker
- Oje – aseton

ÜNİTE 3 – TALEP VE ARZ ENEKLİKLERİ VE UYGULAMALARI

1. Piyasa dengesinde değişikliğe sebep olacak faktörlerdeki değişmelerin, dengede ne kadar değişikliğe sebep olacağı, özellikle de bireylerin bir malın fiyatında veya fiyat dışı değişimlere göre yüzde olarak ne kadar tepki göstereceğinin incelenmesine ne ad verilir?

- Talep
- Arz
- Piyasa dengesi etkileşimi
- Nedenseme algısı
- Esneklik

2. Talep edilen miktardaki yüzde değişimin, malın fiyatındaki yüzde değişimine oranına ne ad verilir?

- Talebin gelir esnekliği
- Talebin fiyat esnekliği
- Çapraz fiyat esnekliği
- Talebin yay esnekliği
- Arz esnekliği

3. Aşağıdakilerden hangisi talep esnekliğini etkileyen faktörlerden değildir?

- Zaman
- İkame
- Malın niteliği
- Piyananın nasıl tanımlandığı
- Fayda

- I. $\epsilon=1$ birim esnek talep
- II. $\epsilon>1$ inelastik talep
- III. $\epsilon<1$ esnek talep
- IV. $\epsilon=0$ tam esnek talep

Yukarıdakilerden hangileri doğrudur?

- Yalnız I
- Yalnız II
- Yalnız IV
- I ve IV
- II ve III

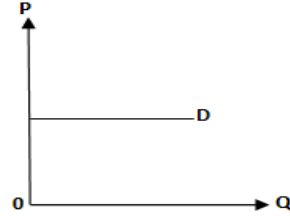
5. Malın fiyatındaki değişme, talep miktarında herhangi bir değişiklik oluşturmuyorsa esneklik katsayısı aşağıdakilerden hangisidir?

- $\epsilon=\infty$
- $\epsilon=0$
- $\epsilon=1$
- $\epsilon>1$
- $\epsilon<1$

6. Malın fiyatındaki yüzdelik değişme, talep edilen miktardaki yüzdelik değişmeye eşitse esneklik katsayısı aşağıdakilerden hangisidir?

- $\epsilon=\infty$
- $\epsilon=0$
- $\epsilon=1$
- $\epsilon>1$
- $\epsilon<1$

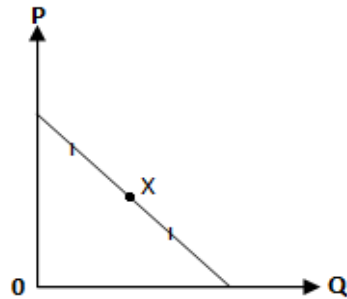
7.



Yukarıdaki şekilde talep eğrisinin şekline için aşağıdakilerden hangisi söz konusudur?

- Tam esnek talep
- Tam inelastik talep
- Birim esnek talep
- Esnek talep
- İnelastik talep

8.



Yukarıdaki şekilde X noktasındaki esneklik değeri kaçtır?

- $\epsilon=\infty$
- $\epsilon=0$
- $\epsilon=1$
- $\epsilon>1$
- $\epsilon<1$

9. $\epsilon<1$ (talebin esnekliği birden küçük) ise, malın fiyatındaki toplam geliri nasıl etkiler?

- Artar
- Azalı
- Değişmez
- Önce artar sonra azalı
- Önce azalı sonra artar

10. **Talep esnekliği** **Toplam gelir**

- | | |
|-----------------|-------------|
| I. Esnek | A. Artar |
| II. Birim esnek | B. Azalır |
| III. İnelastik | C. Değişmez |

Fiyat azalışı durumunda talebin fiyat esnekliği ile toplam gelir arasındaki ilişki aşağıdakilerden hangisinde doğru verilmiştir?

- A. I – A, II – C, III – B
 B. I – C, II – A, III – B
 C. I – B, II – C, III – A
 D. I – C, II – B, III – A
 E. I – A, II – B, III – C

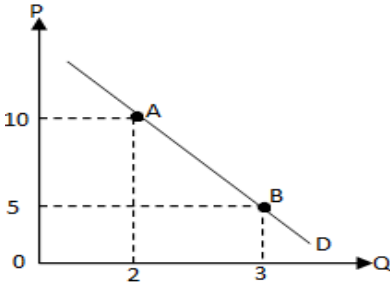
11. **Gelir esnekliği -2,2 ise bu mal hakkında aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?**

- A. Normal mal
 B. Düşük mal
 C. İkame mal
 D. Tamamlayıcı mal
 E. Lüks mal

12. **Çapraz talep esnekliği 1,5 ise aşağıdaki mallardan hangisi söz konusu olur?**

- A. Normal mal
 B. Düşük mal
 C. İkame mal
 D. Tamamlayıcı mal
 E. Lüks mal

13.



Yukarıdaki talep eğrisi üzerindeki A noktasından B noktasına gelinmesi durumunda talebin fiyat esneklik numarası kaç olur?

- A. 1
 B. -0,22
 C. -4
 D. -1
 E. 4

14. **Bir mala ilişkin talebin fiyat esnekliği katsayısı -2 olarak hesaplandığına göre, bu malın talep miktarını % 10 oranında artırabilmek için fiyat % kaç düşürülmelidir?**

- A. 5
 B. 10
 C. 15
 D. 20
 E. 25

15. **Malın fiyatındaki değişme, talep edilen miktarda daha az bir değişmeye yol açıyorsa esneklik değeri kaçtır?**

- A. Esnek
 B. Birim esnek
 C. Tam esnek
 D. Tam inelastik
 E. İnelastik

16. **Fiyattaki yüzde değişikliğin, arz edilecek mal miktarında meydana getireceği yüzde değişimin ne kadar olacağını hesaplamaya yarayan esneklik türü aşağıdakilerden hangisidir?**

- A. Arz esnekliği
 B. Talep esnekliği
 C. Gelir esnekliği
 D. Yay esnekliği
 E. Nokta esneklik

17. **I. Teknoloji
 II. Zaman
 III. Üretim faktörleri
 IV. Fiyat**

Hangileri arz esnekliğini belirleyen faktörlerdir?

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

18. **Fiyatı 4 birim iken 100 birim üretilen bir mal, fiyatı 6 birim olduğunda 150 birim üretilmektedir. Bu malın arz esneklik değeri için aşağıdakilerden hangisi geçerlidir?**

- A. $\epsilon = \infty$
 B. $\epsilon = 0$
 C. $\epsilon = 1$
 D. $\epsilon > 1$
 E. $\epsilon < 1$

19. **Petrol piyasası dengede iken, OPEC petrol arzını kısar ise denge fiyatı ile denge miktarı nasıl etkilenir?**

- A. Denge fiyatı değişmez, denge miktarı artar.
 B. Denge fiyatı artar, denge miktarı değişmez.
 C. Denge fiyatı ve denge miktarı artar.
 D. Denge fiyatı artar, denge miktarı azalır.
 E. Denge fiyatı azalır, denge miktarı artar.

20. **Eksik rekabet piyasalarındaki firmaların talep eğrisi için hangisi söylenebilir?**

- A. Pozitif
 B. Negatif
 C. Artan
 D. Azalan
 E. Dalgali

21. **Hangi mal üzerinden devlet topladığı vergi gelirini artırabilmektedir?**

- A. Zorunlu mal
 B. Lüks mal
 C. Düşük mal
 D. İkame mal
 E. Tamamlayıcı mal

22. Talebin esnek, arzın inelastik olduğu bir durumda vergi aşağıdakilerden hangisine yansiyacaktır?

- A. Tüm vergiyi üretici öder.
- B. Tüm vergiyi tüketici öder.
- C. Verginin büyük kısmını üretici öder.
- D. Vergi tüketici ve üretici arasında eşit olarak paylaşılır.
- E. Verginin büyük kısmını tüketici öder.

ÜNİTE 4 – TÜKETİCİ VE ÜRETİCİ TERCİHLERİNİN TEMELLERİ

1. Tüketim faaliyetlerinin ardında yatan rasyonel davranış biçimi aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Kar maksimizasyonu sağlamak
- B. Fayda maksimizasyonu sağlamak
- C. İstihdamı sağlamak
- D. Büyümeyi sağlamak
- E. Maliyetleri düşürmek

2. Bir iktisadi birimin tercih yapması veya karar vermesi gerektiğinde kendi hedefine uygun hareket etmesine ne ad verilir?

- A. Marjinal analiz
- B. Karar alma
- C. Rasyonel davranış
- D. Tüketici dengesi
- E. İrrasyonel davranış

3. Mevcut koşullar değiştiği zaman ortaya çıkacak yeni durumun ne olacağını incelenmesine ne ad verilmektedir?

- A. Marjinal fayda
- B. Fayda maksimizasyonu
- C. Karar alma
- D. Marjinal analiz
- E. Tercih

4. Bir üretici daha çok işçi çalıştırdığında üretiminin ne kadar artacağına bakar ve bu süreçte daha çok işçi kullandığında üretim maliyetlerinin ne kadar artacağını böylelikle de karının ne kadar azalacağı veya artacağı ile ilgileniyorsa, aşağıdakilerden hangisini yapmış olur?

- A. Kar maksimizasyonu
- B. Marjinal analiz
- C. Marjinal fayda
- D. Toplam fayda
- E. Karar alma

5. Bir bireyin tükettiği mal ve hizmetlerden elde edeceği memnuniyete ne ad verilir?

- A. Hizmet
- B. Tercih
- C. Fayda
- D. İkame
- E. Karar alma

6. Belli bir dönemde bir maldan bir birim daha fazla tüketilmesi sonucunda toplam faydada meydana gelen değişmeye ne ad verilmektedir?

- A. Marjinal analiz
- B. Rasyonel davranış
- C. Toplam fayda
- D. Marjinal fayda
- E. Rasyonel davranış

7. Aşağıdakilerden hangisi marjinal faydayı göstermektedir?

- A. Toplam faydada meydana gelen değişme / Tüketim miktarında meydana gelen değişme
- B. Tüketim miktarında meydana gelen değişme / Toplam faydada meydana gelen değişme
- C. Toplam faydada meydana gelen değişme + Tüketim miktarında meydana gelen değişme
- D. Toplam faydada meydana gelen değişme x Tüketim miktarında meydana gelen değişme
- E. Toplam faydada meydana gelen değişme – Tüketim miktarında meydana gelen değişme

8. Bir malın ilave miktarları tüketildikçe elde edilecek marjinal faydanın gittikçe azalacağı ve belirli bir üretim miktarında sıfıra düşeceği ilkesine ne ad verilir?

- A. Minimum marjinal fayda kanunu
- B. Sabit marjinal fayda kanunu
- C. Artan marjinal fayda kanunu
- D. Maksimum marjinal fayda kanunu
- E. Azalan marjinal fayda kanunu

9. Toplam faydanın maksimum olduğu noktada marjinal fayda hangi değeri almaktadır?

- A. Sonsuz
- B. Sıfır
- C. Negatif
- D. Maksimum
- E. Minimum

$$10. \frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$$

A ve B gibi iki farklı mal tüketen bir tüketici için, yukarıdaki eşitliğin sağlanması durumunda aşağıdakilerden hangisi oluşmaktadır?

- A. Fayda maksimizasyonu
- B. Kar maksimizasyonu
- C. Piyasa dengesi
- D. Marjinal fayda
- E. Toplam fayda

	Kahve Miktarı (Q_K)	Kahvenin marjinal faydası [MU_K]	Çay Miktarı (Q_C)	Çayın marjinal faydası [MU_C]
11.				
1	70	1	5	
2	60	2	15	
3	45	3	27	
4	20	4	40	

Yukarıdaki tabloya göre, tüketicinin dengeye gelebilmesi için kaç fincan kahve ve kaç bardak çay tüketmesi gerekmektedir?

- A. 1 fincan kahve, 4 bardak çay
- B. 4 fincan kahve, 1 bardak çay
- C. 3 fincan kahve, 2 bardak çay
- D. 4 fincan kahve, 3 bardak çay
- E. 3 fincan kahve, 4 bardak çay

12. İnsanların ihtiyaçlarını doğrudan ya da dolaylı olarak karşılamak için mal ve hizmet ortaya çıkartma çabalarına ne ad verilmektedir?

- A. Tüketim
- B. Üretim
- C. Fayda
- D. İhtiyaç
- E. İmalat

13. Mal ve hizmet üretmek için kullanılan doğa ve insanlar tarafından sağlanan tüm araçlara ne ad verilmektedir?
 A. Emek
 B. Sermaye
 C. Kaynak
 D. Fiziki sermaye
 E. Beşeri sermaye
14. Belirli bir zaman diliminde kullanılan alternatif girdi bileşiminin olası maksimum çıktı miktarı ile ilişkilendirilmesine ne ad verilmektedir?
 A. Tüketim fonksiyonu
 B. Tasarruf fonksiyonu
 C. Üretim fonksiyonu
 D. Yatırım fonksiyonu
 E. Harcama fonksiyonu
15. Ürün miktarındaki değişme karşısında belli bir süre için miktarı değişmeyen girdilere ne ad verilmektedir?
 A. Sabit girdi
 B. Yarı mamul
 C. Hammadde
 D. Değişken girdi
 E. Sermaye
16. Üretim faktörlerinin tamamının değiştirilmesine olanak sağlayan dönem aşağıdakilerden hangisidir?
 A. Çok kısa dönem
 B. Kısa dönem
 C. Uzun dönem
 D. Piyasa dönemi
 E. Uzun dönem
17. Diğer üretim faktörlerinin miktarı sabit iken, bir üretim faktörünün üretimde kullanılan miktarının artırılması durumunda, her ilave birimin sağladığı ürün miktarının azalmasına ne ad verilmektedir?
 A. Artan verimler yasası
 B. Sabit verimler yasası
 C. Azalan verimler yasası
 D. Artan marjinal fayda yasası
 E. Azalan marjinal fayda yasası

18. Emek miktarındaki bir birim değişimin, toplam ürün miktarında meydana getirdiği değişmeye ne ad verilmektedir?
 A. Toplam fiziki ürün
 B. Ortalama fiziki ürün
 C. Marjinal fiziki ürün
 D. Marjinal fayda
 E. Toplam fayda

19.

L	TPP
10	120
20	220
30	270
40	275

Yukarıdaki tabloya göre 30. işçi için sırasıyla APP ve MPP değerleri kaçtır?

- A. 5 - 10
 B. 9 - 5
 C. 5 - 9
 D. 10 - 10
 E. 10 - 5

20. Emeğin marjinal fiziki ürününün sıfır olması durumunda aşağıdakilerden hangisi gerçekleşmektedir?
 A. Toplam fiziki ürün sıfır olur.
 B. Ortalama fiziki ürün artan durumdadır.
 C. Ortalama fiziki ürün sıfır olur.
 D. Toplam fiziki ürün azalan durumdadır.
 E. Toplam fiziki ürün maksimum olur.

21. X işletmesi kullandığı girdi miktarını % 40 artırdığında, çıktı miktarı % 25 oranında artıyorsa aşağıdakilerden hangisine göre üretim gerçekleşmektedir?
 A. Ölçeğe göre artan verim
 B. Ölçeğin verimi
 C. Ölçeğe göre azalan verim
 D. Ölçeğe göre sabit verim
 E. Ölçeğe göre değişken verim

ARA SINAV ÇALIŞMA SORULARI – II

ÜNİTE 1- İKTİSADIN TEMEL KAVRAMLARINA GİRİŞ

1. İnsan isteklerinin, bu istekleri tatmin etmek için kullanılabilecek sınırlı kaynaklardan fazla olması durumuna ne ad verilmektedir?
A. İhtiyaç
B. Fayda
C. Kıtlik
D. Fırsat maliyeti
E. Fakirlik
2. İnsanların sınırlı gelirleri ile elde edebilecekleri şeylere ne ad verilmektedir?
A. Fayda
B. İstek
C. Tercih
D. İhtiyaç
E. Maliyet
3. İnsanların; toplumun siyasi gerçekleri, karar verme mekanizmaları ve sosyal gelenekleri veri iken; sonsuz olan istek ve arzularını kıt kaynaklarla nasıl koordine edeceğini inceleyen sosyal bilim dalı aşağıdakilerden hangisidir?
A. Sosyoloji
B. Toplum bilimi
C. İktisat
D. Tarih
E. Psikoloji
4. Bir şeyi elde etmek veya bir isteği tatmin etmek için vazgeçilen en iyi alternatif ne ad verilmektedir?
A. Marjinal fayda
B. Rasyonel seçim
C. Karar alma
D. Sosyal maliyet
E. Fırsat maliyeti
5. Fiyatı sıfır olsa dahi talep edilen miktarı, arz edilen miktardan fazla olan mallara ne ad verilmektedir?
A. Serbest mal
B. Üretim malı
C. İktisadi mal
D. Tüketim malı
E. Sermaye malı
6. Aşağıdakilerden hangisi serbest malların özelliklerinden biri değildir?
A. Doğada her istenildiğinde bulunabilen mallardır.
B. Paylaşımları konusunda herhangi bir soruna neden olmayan mallardır.
C. Kıt kaynakların dağıtım sorunu serbest mallarda ortaya çıkmaz.
D. Kıt olmadıkları için herhangi bir miktarda kullanılabilen mallardır.
E. Diğer mallar cinsinden belirli bir sosyal maliyeti olan mallardır.

7. Aşağıdakilerden hangisi sermaye ya da yatırım malı olarak adlandırılabilen, diğer üretici ya da tüketici mallarının üretiminde kullanılabilen mallardır?
A. Üretim malı
B. Tüketim malı
C. Nihai mal
D. Dayanıksız mal
E. Serbest mal
8. Tüketiciler tarafından isteklerini karşılamada doğrudan kullanılan ve kullanıldığı anda yok olan mallara ne ad verilir?
A. Üretim malı
B. Tüketim malı
C. Serbest mal
D. Dayanıklı mal
E. Dayanıksız mal
9. Bankacılık, ticaret ve sigortacılık gibi üretim organizasyonlarını oluşturan hizmet grubuna ne ad verilmektedir?
A. Kişisel hizmet
B. Ticari hizmet
C. Toplumsal hizmet
D. Kamu hizmeti
E. İktisadi hizmet
10. Herhangi bir mal veya hizmetin değeri ölçülürken aşağıdaki kavramlardan hangisi kullanılmaktadır?
A. Fırsat maliyeti
B. Toplam maliyet
C. Fayda
D. İhtiyaç
E. Rasyonel seçim
11. Mal ve hizmetin para birimi cinsinden ölçülen değerine ne ad verilir?
A. Maliyet
B. Fiyat
C. Hâsılat
D. Sermaye
E. Değer
12. I. Girdileri elde edebilmek için ödenen bedel
II. Girdilerin çıktıya dönüştürülmesi
III. Farklı girdilerin bileşimi olarak çıktı elde edilmesi
IV. İstekleri tatmin etmek için fayda yaratılması
Yukarıdakilerden hangisi veya hangileri üretimi tanımlamasında kullanılmaz?
A. I ve II
B. Yalnız I
C. Yalnız II
D. I ve III
E. III ve IV
13. Aşağıdakilerden hangisi bir üretim faaliyeti sonucunda yaratılan faydalardan biri değildir?

KAMPÜS AKADEMİ

- A. Şekil faydası
- B. Yer faydası
- C. Mülkiyet faydası
- D. Zaman faydası
- E. Girişimci faydası

14. Bir halıcının halı dokuyarak gerçekleştirmiş olduğu üretim aşağıdakilerden hangisine örnek olarak gösterilebilir?

- A. Birincil üretim
- B. İkincil üretim
- C. Üçüncül üretim
- D. Temel üretim
- E. Safi üretim

15. Mal ve hizmet üretimi için kullanılan emek, sermaye, toprak ve girişimcilik olarak adlandırılan nesnelere ne ad verilir?

- A. Çıktılar
- B. Hizmetler
- C. Finansal faktörler
- D. Mallar
- E. Üretim faktörleri

16. Mal ve hizmet üretmek için gerekli olan fiziksel ve zihinsel çabalara ne ad verilmektedir?

- A. Emek
- B. Sermaye
- C. Toprak
- D. Doğal kaynak
- E. Yatırım

17. Üretim faktörlerine yapılan ödemeler göz önünde bulundurulduğunda aşağıdaki eşleştirmelerden hangisi yanlıştır?

- A. Sermaye - Faiz
- B. Emek – Ücret
- C. Toprak – Kira
- D. Girişimci – Rant
- E. İşgücü – Ücret

18. I. Aynı çatı altında yaşamak
II. Aralarında akrabalık bağı bulunmak
III. Ortak finansal kararlar almak

Yukarıdakilerden hangisi veya hangileri hane halkını oluşturan unsurlar arasında yer almaktadır?

- A. Yalnız I
- B. I ve II
- C. Yalnız II
- D. I ve III
- E. II ve III

19. İktisadın yöntemi oluşturulurken gerçekleşen aşamalar hangisinde doğru olarak sıralanmıştır?

- A. Gözlem- Hipotez- Teste tabi tutma- Teori oluşturma

İKTİSADA GİRİŞ I

- B. Hipotez- Gözlem- Teste tabi tutma- Teori oluşturma
- C. Gözlem- Hipotez- Teori oluşturma- Teste tabi tutma
- D. Hipotez- Teori oluşturma- Gözlem- Teste tabi tutma
- E. Teori oluşturma- Teste tabi tutma- Hipotez- Gözlem

20. Birey için iyi veya doğru olan bir şeyin toplum için de iyi veya doğru olacağı şeklindeki yanlış görüşe ne ad verilmektedir?

- A. Marjinal fayda
- B. Rasyonel seçim
- C. Nedenseme yanılgısı
- D. Terkip hatası
- E. Rasyonel davranış

21. Ekonomideki piyasaları ve bireysel karar birimlerini inceleyen iktisat bölümü hangisidir?

- A. Makro iktisat
- B. Mikro iktisat
- C. Pozitif iktisat
- D. Normatif iktisat
- E. Uluslararası iktisat

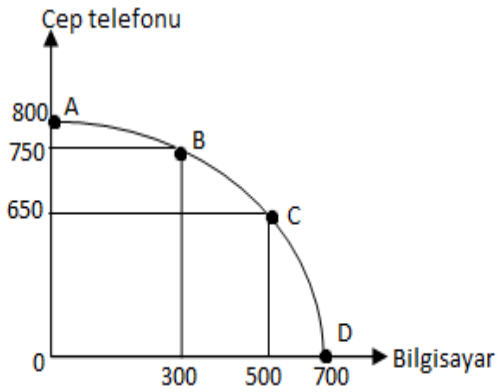
22. İktisadi olaylarda ne olması gerektiğinin incelenmesi durumuna ne ad verilmektedir?

- A. Makro iktisat
- B. Mikro iktisat
- C. Pozitif iktisat
- D. Normatif iktisat
- E. Uluslararası iktisat

23. İki mal arasında artan fırsat maliyetler yasası geçerli ise, üretim imkânları eğrisinin şekli ile ilgili hangisi söylenebilir?

- A. Orijine iç bükey bir eğridir.
- B. Orijine dış bükey bir eğridir.
- C. Dikey eksene paralel bir doğrudur.
- D. Yatay eksene paralel bir doğrudur.
- E. Yatay eksene dik bir doğrudur.

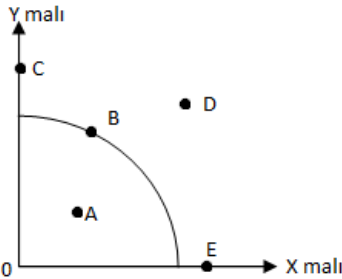
24.



Yukarıdaki şekle göre, ekonomi B noktasından C noktasına hareket ettiğinde 1 adet daha fazla bilgisayar üretmenin fırsat maliyeti ne olacaktır?

- A. 0,25 cep telefonu
- B. 0,5 bilgisayar
- C. 0,5 cep telefonu
- D. 1,5 bilgisayar
- E. 1,5 cep telefonu

25.



Yukarıdaki şekilde yer alan üretim imkânları eğrisine göre mevcut kaynaklar ve teknoloji ile maksimum çıktının üretildiği nokta hangisidir?

- A
- B
- C
- D
- E

26. Bir ülkede nüfusun artması sonucunda üretim imkânları eğrisi nasıl hareket eder?

- A. Sağa kayar.
- B. Sola kayar.
- C. Eğri üzerinde aşağı hareket gerçekleşir.
- D. Eğri üzerinde yukarı hareket gerçekleşir.
- E. Daha yatık hale gelir.

27. Üretim faktörlerinin kolektif mülkiyetinin ve gelir dağılımını eşitleme girişimlerinin bulunduğu iktisadi sistem hangisidir?

- A. Sosyalizm
- B. Kapitalizm
- C. Piyasa mekanizması
- D. Fiyat mekanizması
- E. Karma ekonomi

28. Piyasa sistemi ile merkezi planlama sisteminin belli bir bileşimi olan iktisadi sisteme ne ad verilmektedir?

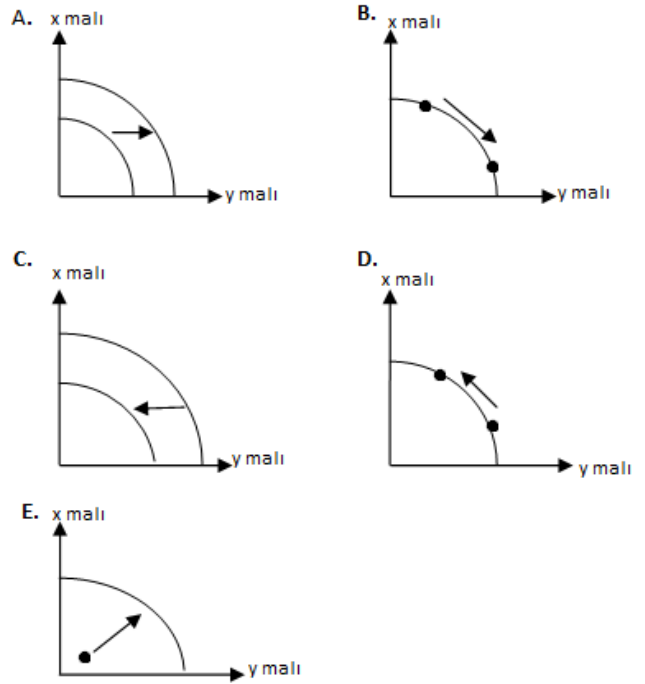
- A. Sosyalizm
- B. Kapitalizm

- C. Piyasa mekanizması
- D. Fiyat mekanizması
- E. Karma ekonomi

29. Serbest girişim ve özel mülkiyet haklarının bulunduğu ve iktisadi kararların piyasa sistemi içerisinde gerçekleştiği iktisadi sisteme ne ad verilmektedir?

- A. Sosyalizm
- B. Kapitalizm
- C. Karma ekonomi
- D. Kumanda ekonomileri
- E. Merkezi plan ekonomisi

30. Aşağıdakilerden hangisi ekonomik büyümeyi gösterir?



ÜNİTE 2- ARZ, TALEP VE PİYASA DENGESİ

1. Diğer değişkenler sabit iken düşük fiyat düzeyinde talep edilen mal ve hizmet miktarının daha fazla, yüksek fiyat

düzeyinde ise tüketicinin talep ettiği mal ve hizmet miktarının daha az olması durumunu aşağıdakilerden hangisi açıklamaktadır?

- A. Rasyonel davranış
- B. Arz kanunu
- C. Marjinal analiz
- D. Talep kanunu
- E. Karar alma

2. Talep fonksiyonunda Ceteris paribus varsayımı hangi iki değişken arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır?

- A. Malın fiyatı – talep edilen mal miktarı
- B. Malın fiyatı – arz edilen mal miktarı
- C. Diğer malların fiyatı – talep edilen mal miktarı
- D. Beklentiler – arz edilen mal miktarı
- E. Alıcı sayısı – Talep edilen mal miktarı

3. Aşağıdakilerden hangisinden yararlanılarak talep eğrisi çizilebilir?

- A. Arz şedülü
- B. Talep şedülü
- C. Piyasa talep şedülü
- D. Üretim şedülü
- E. Fiyat şedülü

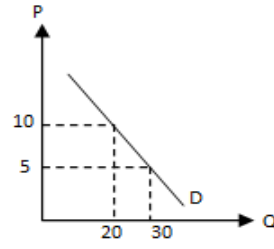
4. Talep eğrisinin azalan ya da negatif eğimli olmasını açıklayan nedenler hangi şıkta doğru olarak verilmiştir?

- A. Fiyat ve miktar
- B. Fiyat ve gelir
- C. Gelir ve ikame
- D. İkame ve fiyat
- E. Fiyat ve ürün

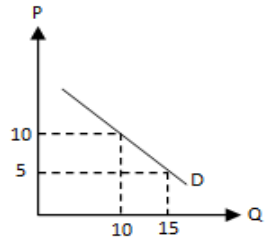
5. Tereyağı ve margarin için ikame etkisi söz konusu olduğunda margarin fiyatındaki bir azalma tüketicinin talebi üzerinde nasıl etki yapacaktır?

- A. Tereyağı talebi azalır.
- B. Tereyağı talebi artar.
- C. Margarin talebi azalır.
- D. Margarin talebi değişmez.
- E. Tereyağı talebi değişmez.

6.

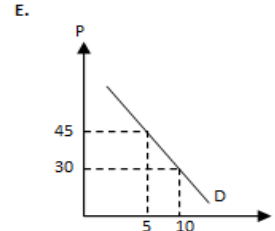
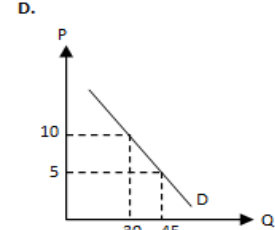
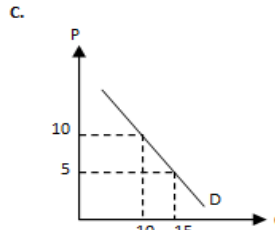
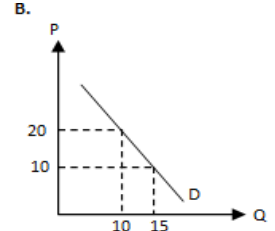
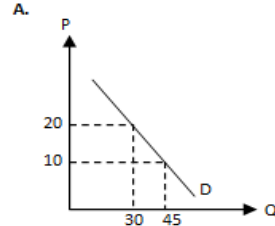


Tüketici A

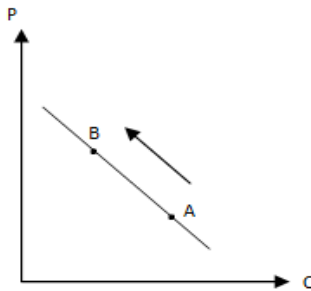


Tüketici B

Yukarıda verilen bireysel talep eğrilerinden hareketle elde edilen piyasa talep eğrisi aşağıdakilerden hangisinde doğru olarak verilmiştir?



7.

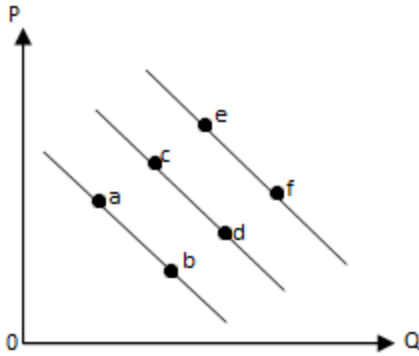


Yukarıdaki şekilde talep eğrisi üzerinde A noktasından B noktasına hareketin nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Malın fiyatının artması
- B. İkame malın fiyatının azalması
- C. Tüketicinin gelirinin azalması
- D. Fiyatların artacağı beklentisi
- E. Tüketici sayısının azalması

8. Aşağıdakilerden hangisi talep eğrisinde bir kaymaya neden olmaz?
- A. Tüketicinin geliri
B. Zevk ve tercihler
C. Tüketici sayısı
D. Malın fiyatı
E. Diğer malların fiyatı
9. Aşağıdakilerden hangisi talep eğrisini sola doğru kaydırmaz?
- A. Tüketicinin gelirinde azalma
B. Fiyatının artacağı beklentisi
C. İkame malın fiyatının düşmesi
D. Tamamlayıcı malın fiyatının artması
E. Alıcı sayısının azalması
10. Gelirin artması ile talebi azalan mallara ne ad verilir?
- A. Normal mal
B. Lüks mal
C. İkame mal
D. Düşük mal
E. Tamamlayıcı mal
11. Normal bir mal için tüketicinin gelirinin artması durumunda bu malın talep eğrisi üzerinde meydana gelen değişiklik aşağıdakilerden hangisinde doğru olarak verilmiştir?
- A. Eğri sağa kayar.
B. Eğri üzerinde yukarı hareket meydana gelir.
C. Eğri sola kayar.
D. Eğri üzerinde aşağı hareket meydana gelir.
E. Eğri yatık hale gelir.

12.

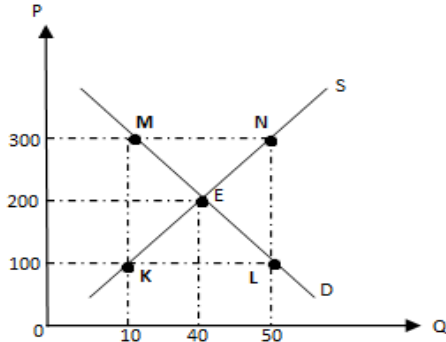


Bir malın fiyatının artması durumunda yukarıdaki grafikte nasıl bir değişim meydana gelir?

- A. a' dan e' ye hareket meydana gelir.
B. c' den e' ye hareket meydana gelir.
C. f' den e' ye hareket meydana gelir.
D. a' dan b' ye hareket meydana gelir.
E. e' den f' ye hareket meydana gelir.
13. Belli bir dönemde üreticilerin çeşitli fiyatlarda ürettikleri ve satmak amacıyla piyasaya sundukları mal miktarına ne ad verilir?
- A. Arz
B. Talep
C. Üretim
D. Maliyet
E. Hâsılat

14. Aşağıdakilerden hangisi bir malın arzını etkileyen faktörlerden değildir?
- A. Girdi fiyatı
B. Teknoloji
C. Zevk ve tercihler
D. Vergi
E. Sübvansiyon
15. Bir malın fiyatında meydana gelen artışın arz eğrisi üzerinde meydana getireceği etki aşağıdakilerden hangisinde doğru olarak verilmiştir?
- A. Arz eğrisi sağa kayar.
B. Arz eğrisi sola kayar.
C. Arz eğrisi üzerinde yukarı doğru hareket gerçekleşir.
D. Arz eğrisi üzerinde aşağı doğru hareket gerçekleşir.
E. Arz eğrisi daha dik hale gelir.
16. Bir malın fiyatı dışındaki unsurlarda meydana gelen değişim arz eğrisi üzerinde nasıl bir değişime neden olur?
- A. Arz eğrisi sağa veya sola kayar.
B. Eğri üzerinde yukarı doğru hareket gerçekleşir.
C. Eğri üzerinde aşağı doğru hareket gerçekleşir.
D. Eğrinin eğimi dikleşir.
E. Eğrinin eğimi yatıklaşır.
17. Aşağıdakilerden hangisi arz eğrisini sağa doğru kaydırır?
- A. Emek için ödenen ücretlerin artması
B. Fiyatların artacağı beklentisi
C. Vergilerin artması
D. Sübvansiyonların artması
E. Sermaye için ödenen faizlerin artması
18. Çiftçiler eğer gelecek ay elma fiyatlarının artacağını beklemekteyseler, bu durum bu ayın elma arzını nasıl etkiler?
- A. Arz değişmez.
B. Arz artar, arz eğrisi sağa kayar.
C. Arz azalır, arz eğrisi sağa kayar.
D. Arz edilen miktar azalır, eğri üzerinde aşağı hareket gerçekleşir.
E. Arz azalır, arz eğrisi sola kayar.
19. Talep edilen mal miktarını arz edilen mal miktarına eşitleyen fiyata ne ad verilmektedir?
- A. Piyasa denge fiyatı
B. Parasal fiyat
C. Rasyonel fiyat
D. Marjinal fiyat
E. Gölge fiyat
20. Talep edilen miktarın arz edilen miktarı aşması durumunda aşağıdakilerden hangisi ortaya çıkar?
- A. Piyasa temizlenmesi
B. Arz fazlası
C. Artık
D. Talep fazlası
E. Piyasa dengesi

21. Arz fazlasını ortadan kaldırmak için ne yapılmalıdır?
- Fiyatlar düşürülmelidir.
 - Arz artırılmalıdır.
 - Talep azaltılmalıdır.
 - Fiyatlar yükseltilmelidir.
 - Fiyat sabit tutulmalıdır.



22.ve 23.sorular yukarıdaki şekle göre cevaplanacaktır.

22. Yukarıdaki grafikte bir ekonomide piyasa dengesi gösterilmiştir. Buna göre bu ekonomide fiyatın 100 lira olması durumunda aşağıdakilerden hangisi söz konusu olur?
- KL aralığı kadar talep fazlası
 - MN aralığı kadar arz fazlası
 - KL aralığı kadar arz fazlası
 - MN aralığı kadar talep fazlası
 - MK aralığı kadar talep fazlası
23. Grafiğe göre fiyatın 300 lira olması durumunda aşağıdakilerden hangisi ortaya çıkar?
- 40 birim talep fazlası
 - 20 birim talep fazlası
 - 40 birim arz fazlası
 - 20 birim talep fazlası
 - 10 birim arz fazlası
24. Ekonomide piyasa dengesi söz konusu iken talepte bir değişme olmaksızın, arz artarsa denge fiyatı ve miktarı ne yönde değişir?
- Denge miktarı artar, denge fiyatı azalır.
 - Denge miktarı azalır, denge fiyatı artar.
 - Denge fiyatı ve miktarı artar.
 - Denge fiyatı ve miktarı azalır.
 - Denge fiyatı değişmez, denge miktarı artar.
25. Bir malın arz ve talebin aynı oranda artarsa, aşağıdakilerden hangisi ortaya çıkar?
- Denge fiyatı ve miktarı artar.
 - Denge miktarı artar, denge fiyatı değişmez.
 - Denge fiyatı artar, denge miktarı değişmez.
 - Denge fiyatı azalır, denge miktarı artar.
 - Denge miktarı azalır, denge fiyatı artar.

ÜNİTE 3 - TALEP VE ARZ ESNEKLİKLERİ VE UYGULAMALARI

1. Aşağıdakilerden hangisi talebin fiyat esnekliğini göstermektedir?

- $\frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P}$
- $\frac{\% \Delta P}{\% \Delta Q_d}$
-
-
- $\frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta I}$

2. Bir malın fiyatındaki değişme, talep miktarında daha yüksek bir değişime yol açıyorsa, esneklik ile ilgili aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- $\epsilon_p = 0$
- $\epsilon_p > 1$
- $\epsilon_p < 1$
- $\epsilon_p = \infty$
- $\epsilon_p = 1$

3. Bir malın fiyatındaki %12'lik bir azalma talep edilen mal ve hizmet miktarında %6'lık bir artışa neden oluyorsa, talebin fiyat esnekliği hangi değeri alır?

- 0,5
- 1
- 1,5
- 2
- 2,5

4. Bir malın fiyatı 100 liradan 50 liraya düştüğünde, talep miktarı 40 birimden 60 birime yükselmişse, talebin fiyat esnekliği kaçtır?

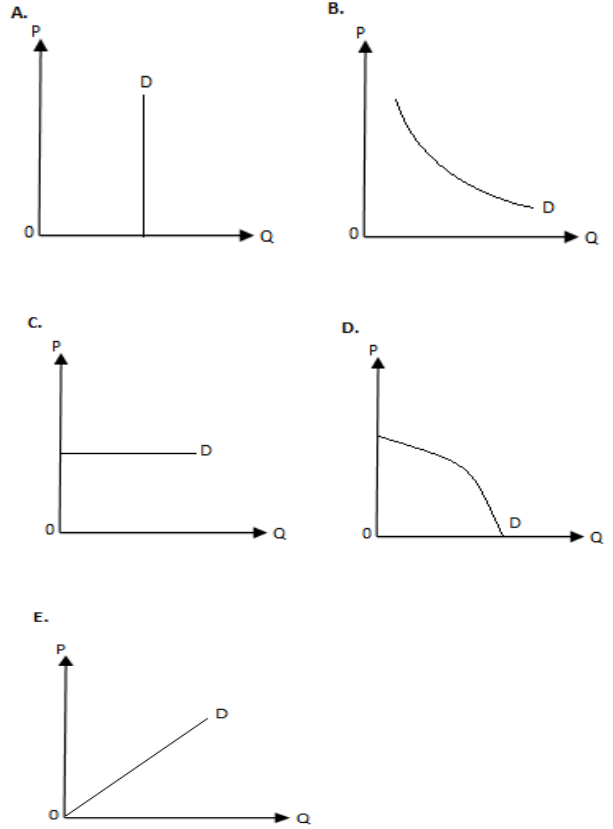
- 2,5
- 2
- 1,5
- 1
- 0,5

5. Bir mala ilişkin talebin fiyat esnekliği katsayısı -4 olarak hesaplandığına göre, bu malın talep miktarını % 80 oranında artırabilmek için, bu malın fiyatı yüzde kaç düşürülmelidir?

- 10
- 20
- 25
- 30
- 40

6. Bir malın fiyatı 10 liradan 30 liraya çıktığında, talep miktarı 10 birimden 6 birime düşüyorsa, orta nokta metoduna göre talebin fiyat esnekliği kaç olur?
 A. -1,5
 B. -1
 C. -0,75
 D. -0,50
 E. -0,25
7. Aşağıdakilerden hangisi talep esnekliğini etkileyen faktörlerden biri değildir?
 A. Ürünün ikamesinin olup olmadığı
 B. Malın lüks ya da zorunlu olması
 C. Piyasanın nasıl tanımlandığı
 D. Zaman
 E. Fiyat
8. Bir mal zorunlu bir mal ise bu malın esnekliği ile ilgili aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?
 A. Esnektir
 B. Birim esnektir
 C. Sıfır esnektir
 D. Sonsuz esnektir
 E. İnelastiktir
9. Fiyattaki değişme ne olursa olsun talep miktarının değişmediği bir durumda esneklik katsayısı aşağıdakilerden hangisi olur?
 A. $\epsilon_p = 0$
 B. $\epsilon_p > 1$
 C. $\epsilon_p < 1$
 D. $\epsilon_p = \infty$
 E. $\epsilon_p = 1$
10. Talep miktarındaki yüzde değişiklik fiyattaki yüzde değişikliktan daha küçük ise esneklik için aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?
 A. Tam inelastiktir.
 B. İnelastiktir.
 C. Birim esnektir.
 D. Esnektir.
 E. Sonsuz esnektir.
11. Talep eğrisi yatay eksene paralel olduğunda esneklik değeri aşağıdakilerden hangisine eşit olur?
 A. $\epsilon_p = 0$
 B. $\epsilon_p > 1$
 C. $\epsilon_p < 1$
 D. $\epsilon_p = \infty$
 E. $\epsilon_p = 1$

12. Sıfır esnek talep söz konusu olduğunda talep eğrisi için aşağıdakilerden hangisi doğrudur?



13. Bir ekonomide talebin fiyat esnekliği birden büyük ise, satıcı fiyatı düşürdüğünde toplam hâsılat için aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?
 A. Artar.
 B. Azalır.
 C. Değişmez.
 D. Maksimum olur.
 E. Minimum olur.
14. Bir malın fiyatındaki düştüğünde toplam gelir artıyor ise talebin fiyat esnekliği için aşağıdakilerden hangisi doğru olur?
 A. $\epsilon_p = 0$
 B. $\epsilon_p > 1$
 C. $\epsilon_p < 1$
 D. $\epsilon_p = \infty$
 E. $\epsilon_p = 1$
15. Esnek talep ile karşı karşıya olan bir firma toplam geliri maksimize etmek için aşağıdakilerden hangisini yapmalıdır?
 A. Fiyatı artırmalıdır.
 B. Fiyatı azaltmalıdır.
 C. Üretimi artırmalıdır.
 D. Maliyeti düşürmelidir.
 E. Üretimi azaltmalıdır.

16. İnelastik talep için fiyat ve gelir arasındaki ilişki aşağıdakilerden hangisinde doğru olarak verilmiştir?

Fiyat	Toplam gelir
A. Artar	Değişmez
B. Azalır	Değişmez
C. Artar	Artar
D. Azalır	Artar
E. Artar	Azalır

17. Aşağıdakilerden hangisi gelir esnekliğinin formülünü gösterir?

A.

B. $\frac{\% \Delta I}{\% \Delta Q_d}$

C. $\frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta I}$

D.

E. $\frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P}$

18. Talebin gelir esnekliği 2 olan mallar ne tür mallardır?

- A. İkame mal
B. Tamamlayıcı mal
C. Normal mal
D. Düşük mal
E. Lüks mal

19. Bir ailenin yıllık geliri 800 liradan 1000 liraya yükseldiğinde, yıllık et tüketimi 30 kg'dan 40 kg'a çıktığına göre, talebin gelir esnekliği kaç olur?

- A. -0,75
B. -1,3
C. 0,75
D. 1,25
E. 1,3

20. Y malının fiyatındaki yüzde değişimin X malının talep miktarını ne kadar değiştireceğini gösteren esneklik aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Talebin gelir esnekliği
B. Talebin fiyat esnekliği
C. Nokta fiyat esnekliği
D. Çapraz fiyat esnekliği
E. Yay esnekliği

21. $\epsilon_{PY} = \frac{\% \Delta Q_{dx}}{\% \Delta P_y}$ şeklindeki formül aşağıdakilerden hesaplanmasında kullanılır?

- A. Talebin gelir esnekliği
B. Talebin fiyat esnekliği
C. Nokta fiyat esnekliği
D. Çapraz fiyat esnekliği
E. Yay esnekliği

22. X ve Y gibi iki mal ikame mal ise bu iki mal arasındaki çapraz talep esnekliği için aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- A. $\epsilon_{PY} = 0$
B. $\epsilon_{PY} > 1$
C. $\epsilon_{PY} < 0$
D. $\epsilon_{PY} = \infty$
E. $\epsilon_{PY} = 1$

23. Fiyattaki yüzde değişimlerin arz edilecek mal miktarında meydana getireceği yüzde değişimi aşağıdakilerden hangisi göstermektedir?

- A. Talebin fiyat esnekliği
B. Arz esnekliği
C. Çapraz talep esnekliği
D. Yay esnekliği
E. Orta nokta fiyat esnekliği

24. Bir malın fiyatı %10 arttığında, arz edilen miktar %5 artıyor ise arz esnekliği kaç olur?

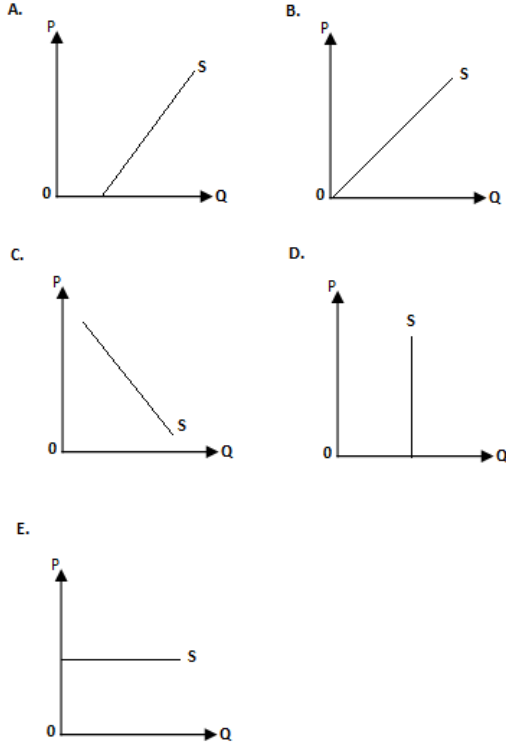
- A. 0,5
B. 1
C. 1,5
D. 2
E. -2

25. Bir malın fiyatındaki yüzde değişim arz edilen miktarındaki yüzde değişimden küçük ise arz esnekliği ile ilgili aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- A. İnelastik
B. Tam inelastik
C. Esnek
D. Birim esnek
E. Tam esnek

ÜNİTE – 4 TÜKETİCİ VE ÜRETİCİ
TERCİHLERİNİN TEMELLERİ

26. Aşağıdakilerden hangisi birim esnek arz eğrisini gösterir?



27. Aşağıdakilerden hangisi arz esnekliğini etkileyen faktörlerden biri değildir?

- A. Teknoloji
- B. Üretim faktörlerinin varlığı
- C. Girdilerin mevcudiyeti
- D. Zaman
- E. Ürünün bütçedeki payı

28. Genellikle ünlü markaların satıldığı AVM' ler toplam gelirlerini artırmak için aşağıdakilerden hangisi yapmalıdır?

- A. Reklam
- B. Fiyat artışı
- C. Fiyat indirimi
- D. Promosyon
- E. Çekiliş

29. Devlet vergi gelirlerini artırmak için hangi malların vergi oranlarını artırmalıdır?

- A. Talebi inelastik olan malların
- B. Arzı inelastik olan malların
- C. Talebi esnek olan malların
- D. Arzı esnek olan malların
- E. Arzı sonsuz esnek olan malların

30. Bir verginin büyük kısmını üreticiler ödemiş ise talep ve arz esnekliği ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- | | |
|----------------|--------------|
| <u>Arz</u> | <u>Talep</u> |
| A. Esnek | Esnek |
| B. Esnek | İnelastik |
| C. İnelastik | Esnek |
| D. Sıfır esnek | İnelastik |
| E. Birim esnek | Esnek |

1. İktisadi düşünme tarzının temel ilkesi aşağıdaki-lerden hangisidir?

- A. Rasyonel davranış
- B. Marjinal analiz
- C. Karar alma
- D. Optimum tercih
- E. Ekonomik davranış

2. Mevcut şartlar değiştiğinde ortaya çıkabilecek yeni durumun incelenmesine iktisatta ne ad verilmektedir?

- A. Rasyonel davranış
- B. Ceteris paribus
- C. Marjinal analiz
- D. Terkip hatası
- E. Nedenseme

3. Belli bir zaman diliminde bir maldan bir birim daha fazla tüketilmesi sonucu toplam fayda meydana gelen değişime ne ad verilmektedir?

- A. Marjinal fayda
- B. Optimum fayda
- C. Azalan marjinal fayda
- D. Artan marjinal fayda
- E. Optimum fayda

Kahve miktarı	Toplam fayda
0	0
1	18
2	30
3	38
4	38
5	36
6	33

4.ve 5. Sorular yukarıdaki tabloya göre cevaplanacaktır.

4. Tabloya göre marjinal faydanın sıfır olduğu tüketim miktarı aşağıdakilerden hangisidir?

- A. 5
- B. 4
- C. 3
- D. 2
- E. 1

5. Tabloya göre 3. Birimin marjinal fayda değeri kaç olur?

- A. 8
- B. 12
- C. 18
- D. 0
- E. -2

6. Aşağıdakilerden hangisi marjinal faydanın formülünü göstermektedir?

A. $\frac{\Delta Q}{\Delta TV}$

B. $\frac{\Delta TV}{\Delta Q}$

C. $\Delta TV - \Delta Q$

D. $\Delta Q - \Delta TV$

E. $\Delta TV + \Delta Q$

7. Toplam faydanın maksimum olduğu noktada aşağıdakilerden hangisi geçerli olur?

- A. Marjinal fayda artar.
B. Marjinal fayda azalır.
C. Marjinal fayda negatif olur.
D. Marjinal fayda pozitif olur.
E. Marjinal fayda sıfır olur.

8. Bir malın ilave miktarları tüketildiğinde, elde edilen ek faydanın azalacağı ilkesine ne ad verilmektedir?

- A. Fayda maksimizasyonu
B. Optimum fayda
C. Azalan fırsat maliyeti
D. Azalan marjinal fayda
E. Artan marjinal fayda

9. Bir mal için harcanan bir birim paranın marjinal faydasının, başka bir mala harcanan bir birim paranın marjinal faydasına eşitleyen mal bileşimlerinin tercih edilmesi ile elde edilen faydanın maksimum olacağını ifade eden kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Tüketici dengesi
B. Üretici dengesi
C. Fayda maksimizasyon kuralı
D. Marjinal fayda
E. Toplam fayda

10. X ve Y malları için fayda maksimizasyonu sağlayan eşitlik aşağıdakilerden hangisidir?

A. $X \text{ malının marjinal faydası} = Y \text{ malının marjinal faydası}$

B. $\frac{X \text{ malının marjinal faydası}}{(Y \text{ malının marjinal faydası})}$

C. $\frac{X \text{ malının fiyatı}}{Y \text{ malının fiyatı}}$

D. $\frac{X \text{ malının marjinal faydası}}{X \text{ malının fiyatı}} = \frac{Y \text{ malının marjinal faydası}}{Y \text{ malının fiyatı}}$

E. $X \text{ malının fiyatı} = Y \text{ malının fiyatı}$

11.

Soda (hafta)	MU_{soda}	Kola (hafta)	MU_{kola}
2 →	60	2 →	150
3 →	50	3 →	120
4 →	30	4 →	75
5 →	5	5 →	30

Sodanın fiyatı 10 lira, kolanın fiyatı 15 lira ise, tüketicinin dengeye gelebilmesi için bir haftada ne kadar soda ve kola tüketmesi gerekmektedir?

- A. 2 soda – 4 kola
B. 3 soda – 4 kola
C. 2 soda – 3 kola
D. 3 soda – 2 kola
E. 2 soda – 5 kola

12. X miktarı

TU_x

1	100
2	150
3	170
4	180
5	185

Yukarıdaki veriler göre x malının birim fiyatı 10 lira ise, 3. birim x malına harcanan paranın marjinal faydası kaçtır?

- A. 1
B. 2
C. 4
D. 5
E. 10

13. $Q=f(L, K, T, t)$ şeklindeki fonksiyon aşağıdakilerden hangisini göstermektedir?

- A. Üretim fonksiyonu
B. Talep fonksiyonu
C. Maliyet fonksiyonu
D. Arz fonksiyonu
E. Fayda fonksiyonu

14. Ürün miktarındaki değişme karşısında belli bir süre için miktarı değişmeyen girdilere ne ad verilmektedir?

- A. Emek
B. Sermaye
C. Hammadde
D. Değişken girdi
E. Sabit girdi

15. Üretim faktörlerinden sadece bir tanesinin değiştirile-bildiği dönem hangisidir?

- A. Piyasa dönemi
B. Uzun dönem
C. Pazar dönemi
D. Kısa dönem
E. Çok kısa dönem

16. Değişken girdi miktarının arttırılmasıyla elde edilen toplam çıktı aşağıdakilerden hangisidir?
 A. Ortalama fiziki ürün
 B. Marjinal fiziki ürün
 C. Toplam fiziki ürün
 D. Fiziki ürün
 E. Marjinal ürün

17. Emek miktarındaki bir birimlik değişimin toplam ürün miktarında meydana getirdiği değişmeye ne ad verilir?
 A. Ortalama fiziki ürün
 B. Toplam fiziki ürün
 C. Marjinal fiziki ürün
 D. Marjinal gelir
 E. Ortalama gelir

18. Emek miktarı 10 birimden 14 birime çıktığında, toplam fiziki ürün 100 birimden 200 birime çıkıyorsa marjinal fiziki ürün kaç olacaktır?
 A. 20
 B. 25
 C. 40
 D. 50
 E. 100

19. Bir birim emek için elde edilen ürün miktarına ne ad verilmektedir?
 A. Sabit girdi
 B. Ortalama fiziki ürün
 C. Marjinal fiziki ürün
 D. Toplam fiziki ürün
 E. Değişken girdi

20. Aşağıdakilerden hangisi marjinal fiziki ürünün formülüdür?

A. $TPP \cdot L$

B. $TPP + L$

C. $\frac{TPP}{L}$

D. $\frac{\Delta TPP}{\Delta L}$

E. $\frac{\Delta L}{\Delta TPP}$

21. Marjinal fiziki ürünün sıfır, toplam fiziki ürünün maksimum olduğu noktadan sonra, üretim sürecine eklenecek her emek miktarının marjinal verimi ne olacaktır?
 A. Artan
 B. Sabit
 C. Minimum
 D. Maksimum
 E. Negatif

22. Toplam, marjinal ve ortalama fiziki ürün eğrileri ile ilgili olarak aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?
 A. MPP sıfır iken TPP maksimumdur.
 B. MPP artarken TPP artarak artar.
 C. MPP, APP' yi maksimum noktasında keser.
 D. MPP azalırken TPP azalarak artar.
 E. MPP azalırken, TPP artarak artar.

23. Diğer üretim faktörleri miktarı sabitken, bir üretim faktörünün üretimde kullanılan miktarının artırılması durumunda her ilave birimin sağladığı ürün miktarının azaldığını aşağıdakilerden hangisi ifade eder?
 A. Azalan verimler yasası
 B. Azalan marjinal fayda yasası
 C. Artan verimler yasası
 D. Artan marjinal fayda yasası
 E. Marjinal analiz

L	TPP_L
0	0
1	20
2	60
3	140
4	200
5	250

24 ve 25. sorular tabloya göre cevaplanacaktır.

24. Yukarıdaki tabloya göre emek miktarı 5 iken ortalama fiziki ürün kaçtır?
 A. 30
 B. 40
 C. 50
 D. 60
 E. 70

25. Yukarıdaki tabloya göre emek miktarı 3 birimden 4 birime çıktığında marjinal fiziki ürün kaç olmaktadır?
 A. 30
 B. 40
 C. 50
 D. 60
 E. 70

26. Bir firma üretim faktörlerini %100 artırdığında üretim miktarı % 65 artıyorsa aşağıdakilerden hangisi söz konusudur?
 A. Ölçeğe göre sabit verim
 B. Ölçeğe göre marjinal verim
 C. Ölçeğe göre azalan verim
 D. Ölçeğe göre artan verim
 E. Ölçeğe göre değişken verim

27. Aşağıdakilerden hangisi uzun dönemde görülmez?
 A. Ölçeğe göre artan verim
 B. Ölçeğin verimi
 C. Ölçeğe göre azalan verim
 D. Azalan verim
 E. Ölçeğe göre sabit verim

28. Girdideki artışla beraber artan üretimin piyasada satılmasıyla elde edilen gelire ne ad verilir?
- Marjinal ürün değeri
 - Marjinal fiziki ürün
 - Marjinal faktör maliyeti
 - Toplam ürün değeri
 - Toplam fiziki ürün

29. Marjinal fiziki ürün değeri hesaplanırken aşağıdakilerden hangisi kullanılır?
- $MPP_x \times P_x$
 - $MPP_x \times MC$
 - $MPP_x + P_x$
 - $MR + MC$
 - $MR \times MC$

30. MPP: marjinal fiziki ürün ve P: fiyat ise, K ve L olmak üzere iki girdi kullanan bir firmanın optimal girdi bileşimini aşağıdakilerden hangisi göstermektedir?
- $MPP_L \times P_L = MPP_K \times P_K$
 - $MPP_L \times P_L = MPP_K \times P_K$
 - $MPP_L + P_L = MPP_K + P_K$
 - $MPP_L - P_L = MPP_K - P_K$
 - $MPP_L = MPP_K \times P_K$

2013 AÖF ARA SINAVDA ÇIKMIŞ SORULAR

1. Kapitalist sistemde aşağıdakilerden hangisi aracılığıyla hangi malların ne miktarda, nasıl ve kimin için üretileceği sorularının yanıtını verilir?
- Piyasa sistemi
 - Planlama
 - Koordinasyon
 - Kıtlık
 - İstek
2. Günümüzde yaygın olarak kullanılan iktisat tanımı aşağıdaki iktisatçılarından hangisi tarafından geliştirilmiştir?
- Paul A. Samuelson
 - J. Maynard Keynes
 - Lionel Robbins
 - Alfred Marshall
 - Jacob Viner
3. Bir ekonomideki iktisadi kaynakların, ekonomideki alternatif kullanımlara tamamen adapte olmamasının sonucu iktisat biliminde aşağıdaki olgulardan hangisi ortaya çıkmıştır?
- Artan fırsat maliyetleri yasası
 - Talep yasası
 - Azalan marjinal fayda
 - Orijine göre dış bükey üretim imkanları eğrisi
 - Azalan verimler yasası
4. Bir mal veya hizmetin bir isteği giderme özelliğine ne ad verilir?
- Fayda
 - Tüketim
 - Üretim
 - Hizmet
 - Değer

5. Fırsat maliyeti aşağıdakilerden hangisidir?

- Tercih edilmeyen istek bedeli
- Karşılanan istek bedeli
- Vazgeçilen herhangi bir alternatif
- Vazgeçilen en değerli ikinci alternatif
- Vazgeçilen alternatiflerin toplamı

6. Devletin OTV vergilerini artırmasının üretici arz eğrisinde ne gibi bir değişiklik yaratması beklenir?

- Arz eğrisi üzerinde yukarı doğru hareketlenme görülür.
- Arz eğrisi sağa kayar.
- Arz eğrisi değişmez.
- Arz eğrisi sola kayar.
- Arz eğrisi üzerinde aşağıya doğru hareketlenme görülür.

7. Bir malın piyasa talebi veri iken, arzdaki artış aşağıdakilerden hangisine neden olur?

- Denge miktarı artarken, denge fiyatı azalır.
- Hem denge fiyatı hem de denge miktarı azalır.
- Denge miktarı sabitken, denge fiyatı artar.
- Denge fiyatı sabit, denge miktarı artar.
- Hem denge fiyatı hem de denge miktarı artar.

8. Bir malın arzı ve talebi aynı miktarda artıyorsa aşağıdakilerden hangisi gerçekleşir?

- Denge miktarı artarken, denge fiyatı artar.
- Denge miktarı azalırken, denge fiyatı artar.
- Denge miktarı değişmez.
- Denge miktarı artar; denge fiyatı değişmez.
- Denge miktarı azalır.

9. Piyasa dengesi arz ve talebin kesişme noktası ile belirlenir. Piyasa dengesinin değişmesine aşağıdakilerden hangisi neden olur?

- Ürünün tamamlayıcı mal olması
- Bireysel arz eğrilerinin yan yana toplanmış olması
- Ürünün piyasaya ilk defa sürülmüş olması
- Azalan verimler yasası
- Ürünün girdi fiyatlarındaki değişimi

10. Bir mal düşük malsa, aşağıdakilerden hangisi gerçekleşir?

- Bu malın ikame malının fiyatı azalırken, talebi artar.
- Malın hem fiyatı hem talebi azalır.
- Tüketicinin geliri arttığında, talebi azalır.
- Tüketicinin geliri arttığında, talebi artar.
- Malın fiyatı artar, talebi azalır.

11. Aşağıdakilerden hangisi talebin fiyat esnekliğini belirleyen etmenlerden biridir?

- Zaman
- Malın üretim metodu
- Malın dayanıklı olup olmadığı
- Tamamlayıcı mallarının bulunup bulunmaması
- Malın arz eğrisi

12. X ve Y gibi iki mal arasındaki çapraz talep esnekliği -2,5 ise aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- Her ikisinin de fiyatını düşürerek satış gelirleri arttırabilir.
- Her ikisi de düşük maldır.
- Mallardan birisinin talep esnekliği sıfırdır.
- X ve Y malları ikame mallardır.
- X ve Y malları tamamlayıcı mallardır.

13. Arz esnekliği ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?
- A. Arz esnekliği katsayısı sadece +1 olur.
 B. Arz esnekliği negatif veya pozitif olabilir.
 C. Arz esnekliği -1 ile +1 arasında değişir.
 D. Arz esnekliği daima pozitiftir.
 E. Arz esnekliği daima negatiftir.
14. Bilgisayar fiyatlarında %25 artış olmasına karşın bilgisayara olan talepte %5 azalma görülmüştür. Buna göre, bilgisayar talebinin fiyat esnekliği kaçtır?
- A. 0,2
 B. 0,5
 C. 1
 D. 5
 E. 20
15. İnsülin kullanma zorunluluğu olan diyabetik bir hasta için insülin talebinin fiyat esnekliği aşağıdakilerden hangisidir?
- A. Birden büyük değer alır.
 B. Sıfır değeri alır.
 C. Sıfırdan büyük bir değer alır.
 D. Sıfırla bir arasında bir değer alır.
 E. Kişiden kişiye değişir.
16. Bay N, çok susadığı için 5 litrelik su satın almış ve içmeye başlamıştır. N'nin her bir litreden sağladığı marjinal fayda sırasıyla 16, 14, 8, 2 ve -6' dır. Buna göre aşağıdakilerden hangisi doğrudur?
- A. N, ilk 3 litreyi içtiğinde faydası maksimuma ulaşmış olur.
 B. N, maksimum fayda için suyun tamamını içmelidir.
 C. N, suyun yarısını içerse 34 birim fayda sağlar.
 D. N için sabit marjinal fayda durumu geçerlidir.
 E. N, suyun tamamını içerse 34 birim fayda sağlar.
17. Su-Elmas paradoksu, suyun çok önemli bir kaynak olmasına rağmen, çok ucuz bir ürün olarak kalmasını; buna rağmen elmasın insan hayatına hiçbir katkıda bulunmamasına rağmen çok değerli olmasını anlatmaktadır.
 Buna göre, su-elmas paradoksunun geçerli olduğu bir ortamda fiyatların temel belirleyicisinin aşağıdakilerden hangisi olduğu savunulabilir?
- A. Emek-Değer
 B. Kıtık
 C. Malın tüketici için yararlılığı
 D. Malın üretici için yararlılığı
 E. Malın üretim maliyeti
18. Aşağıdakilerden hangisi marjinal faydayı ifade eder?
- A. MU/Q
 B. $\Delta TU/\Delta Q$
 C. TU/Q
 D. $\Delta TU/\Delta MU$
 E. $\Delta MU/\Delta Q$
19. Aşağıdakilerden hangisinde azalan marjinal fayda söz konusu olmaz?
- A. Arka arkaya dinlenen müzik
 B. Arka arkaya yapılan yakıt ikmali
 C. Üst üste yapılan yürüyüş
 D. Art arda yenilen elma
 E. Art arda içilen çay
20. Aşağıdakilerden hangisi tipik bir tüketicinin, iktisadi açıdan rasyonel davranışına bir örnektir?
- A. Her zaman birden fazla ürün satın alması
 B. Her zaman en ucuz ürünleri satın alması
 C. Birim fiyatı aynı olan iki ürünün faydası daha yüksek olanı satın alması
 D. Her zaman faydası en yüksek olan ürünleri satın alması
 E. Faydası aynı olan iki ürünün herhangi birini satın alması

Cevap anahtarı: 1.A 2.A 3.A 4.A 5.D 6.D 7.A 8.A 9.E
 10.C 11.A 12.E 13.D 14.A 15.B 16.E 17.B 18.B 19.B
 20.C

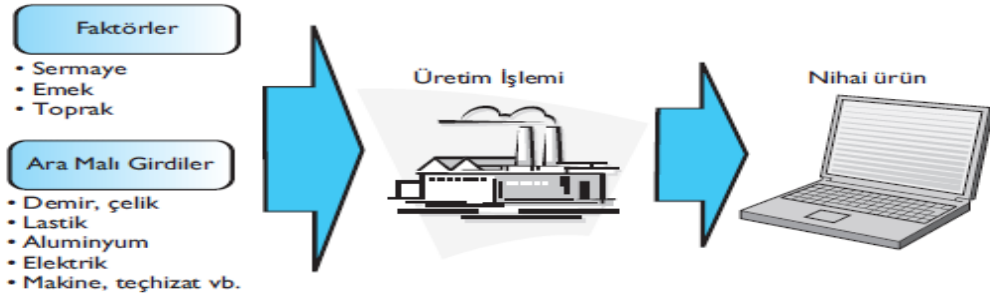
ÜNİTE 5

ÜRETİM VE MALİYET ANALİZİ

İŞLETMELERİN ÜRETİM KARARLARI

Üretim süreci bir işletmenin üretim faktörleri ve ara malı girdilerini belli bir teknoloji aracılığıyla kullanarak mal ve hizmet üretimini ifade eder.

Üretim Teknolojisi ve Üretim Fonksiyonu



Üretim teknolojisi, üretim faktörleri (emek, sermaye, toprak) ve ara mallarından oluşan toplam girdiler ve nihai ürün arasındaki nicel ilişkiyi gösterir.

Üretim fonksiyonu, üretimde kullanılan girdiler ile ürün arasındaki cebirsel ifadeyi gösterir.

Üreticiler üç soruya yanıt ararlar:

1. Ne kadar ürün üretilcektir?
2. Ne kadar girdi ve üretim faktörü kullanılacaktır?
3. Hangi üretim teknolojisi ile üretim yapılacaktır?

Şirketlerin üretim faaliyetlerinde bulunurken bir tek amacı olacaktır: kârların çoklaştırılması.

Kâr, ürünün satışından elde edilen gelirler ile kullanılmış olan faktörlerin ve ara mallarının toplam maliyetleri arasındaki farktır:

Kâr = satış gelirleri – toplam maliyetler
--

Satış geliri = $p \times q$ (p: piyasa fiyatı, q: ürün adedi)

Üretim fiyatı (p) tam rekabetçi piyasadaki bir işletme için sabit; eksik rekabetçi piyasadaki (tekelci ya da oligopolcü) bir işletme için ise stratejik olarak belirlenen bir değişken olarak kabul edilir.

Normal günlük yaşamda maliyetler bir ürünün üretiminde kullanılan tüm girdilerin, emeğin, sermayenin ve toprağın maliyet bedellerinin toplamına eşittir. Bu tür maliyetlere “**muhasabe maliyetleri**” denir.

İşletmeler üretim faaliyetlerinde bulunurken bir dizi karar almak, alternatifleri değerlendirmek ve aldıkları kararların **fırsat maliyetlerini** de göz önünde tutmak zorundadır.

Ekonomik Maliyetler = Muhasebe Maliyetleri + Fırsat Maliyetleri

Ekonomik Kar = Satış Geliri Toplamı – Toplam Ekonomik Maliyetler

Kar = satış gelirleri – muhasabe maliyetleri

Örnek: Ahmet otobüs şoförlüğü yapmakta ve ayda 100,000 TL kazanmaktadır. Ancak, Ahmet otobüsünün benzin ve bakım masrafları olarak ayda 90,000 TL ödemektedir. Ahmet'e bir yandan da oturduğu evin karşısındaki taksi durağından teklif gelmiş ve burada boş duran bir taksinin şoförlüğün yapması önerilmiştir. Ahmet eğer otobüs işletmek yerine taksicide çalışırsa ayda 10,000 TL kazanacaktır. Ahmet'in **muhasebe maliyetlerini bulunuz.**

ekonomik maliyetlerini hesaplayınız.

ekonomik kârını hesaplayınız.

Ekonomik kâr sıfırdan az ise üretici uzun dönemde üretimden ayrılmayı, pozitif ise yeni üreticilerin bu piyasaya girmesi beklenir.

Kısa dönemde üretim faktörlerinden veya ara malı girdilerinden en az birisi sabit kalmakta ve üretim faaliyet bölgesine yeni bir işletmenin gelmesi ya da mevcut işletmelerden birisinin ayrılması söz konusu değildir.

Uzun dönemde bütün faktörler ve girdiler serbestçe arttırılabilir ve işletmeler piyasaya girip çıkabilirler.

ÜRETİM FONKSİYONUNDAN ÜRETİM MALİYETLERİNE

Bir işletmenin üretim yapısını "üretim fonksiyonu" belirlerken, maliyet yapısını da "maliyet fonksiyonu" belirler.

Sabit maliyetler üretim hiç yapılmassa dahi karşılanması gereken ve harcanmış olan zorunlu giderlerdir.

Değişken maliyetler üretilen ürün miktarına bağlı olarak artan veya azalarak değişme gösteren maliyetlerdir.

Toplam Maliyetler (TC) = Toplam Sabit Maliyetler (TFC) + Toplam Değişken Maliyetler (TVC)

Ortalama Toplam Maliyetler (ATC) = Ortalama Sabit Maliyetler (AFC) + Ortalama Değişken Maliyetler (AVC)

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

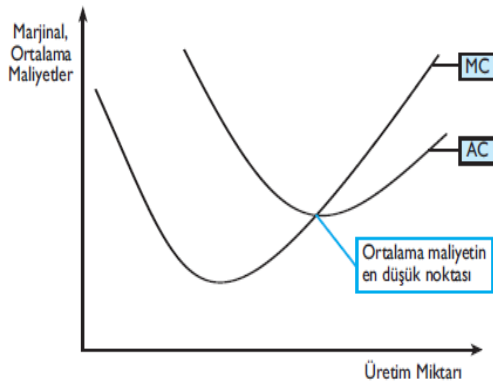
$$AFC = \frac{TFC}{Q}, \quad AVC = \frac{TVC}{Q}$$

*Üretime bağlı olarak çizilen ortalama sabit maliyet (AFC) eğrisinin şekli sürekli azalandır.

$$\text{Marjinal Maliyetler (MC)} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

Toplam Ürün	Toplam Maliyet (TC): TC=TFC+TVC	Toplam Sabit Maliyetler (TFC)	Toplam Değişken Maliyetler (TVC)	Ortalama Toplam Maliyetler (ATC): ATC=TC/Q	Ortalama Sabit Maliyetler (AFC): AFC=TFC/Q	Ortalama Değişken Maliyetler (AVC): AVC=TVC/Q	Marjinal Maliyetler (MC): MC=ΔTC/ΔQ
0	100	100					
1	130	100					
2	180	100					
3	250	100					
4	350	100					
5	500	100					

Marjinal ve Ortalama Maliyetler



Marjinal maliyet, bir birim daha fazla üretim yapıldığında toplam

maliyetlerde gözlenen artıştır. **Marjinal Maliyet** = $\frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$

Marjinal maliyet ve ortalama maliyet eğrileri üretim miktarına bağlı olarak çizilmektedir.

Marjinal maliyetler ortalama maliyetlerin üstünde seyrettiği sürece ortalama maliyetler de artar. Marjinal maliyetler ortalama maliyetlerin en düşük olduğu noktada keser ve ortalama maliyetlerin üzerine çıktığı noktadan itibaren ortalama maliyet eğrisi de yükselmeye başlar.

Marjinal Ürün ve Marjinal Maliyet Eğrileri Arasındaki İlişkiler

- **Emeğin marjinal ürünü** (MPPL), işe alınan her yeni işçinin üretime katkısını gösterir :

$$MPPL = \frac{\Delta Q}{\Delta L} = \frac{\Delta EPP}{\Delta L} = \text{toplam işçi sayısındaki değişim}$$

formülü ile hesaplanır.

- **Marjinal maliyet(MC)**, her yeni birim üretimin toplam maliyete katkısıdır. * Üretim miktarı bir birim artırıldığında ortaya çıkan maliyet artışıdır : $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}$

- ❖ *Azalan getiri yasası nedeniyle marjinal ürün giderek azalır, marjinal maliyetler ise giderek artar.

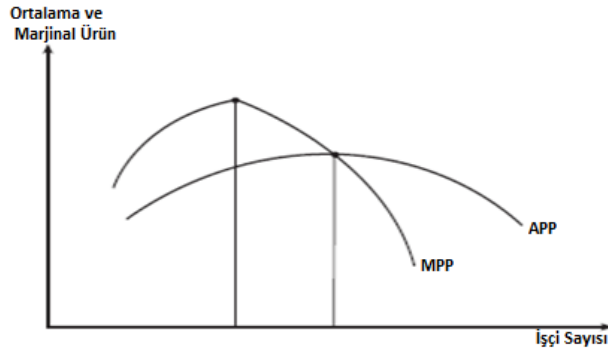
- *Emeğin ortalama ürünü:

$$APP_L = \frac{Q}{L} = EPP = \text{toplam üretilen miktar}$$

Ortalama maliyet(AC), bir birimlik üretim başına

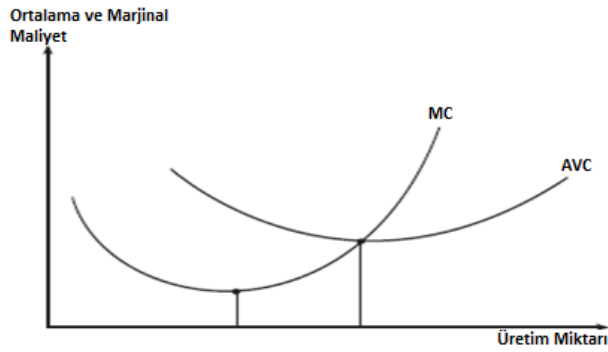
$$AC = \frac{TC}{Q}$$

düşen maliyeti gösterir:



Kısa dönemde üretimi arttırabilmenin tek yolu işçi sayısını arttırmaktır. İşçi istihdamı arttıkça onlara ödenen toplam ücret ödemeleri de artar. **Azalan getiri yasasına göre** işçi istihdamı arttıkça üretilen üretim miktarı yavaşlayarak artmaktadır. Demek ki, üretilen ürün miktarındaki artış hızı yavaşladıkça, işçilerin ücret maliyetlerindeki artış daha hızlı olmaktadır.

*Kısa dönemde emeğin marjinal veriminin azalması iktisatta azalan verimler kanunu ile açıklanmaktadır.



Kısa dönemde emeğin marjinal ürünü ile marjinal maliyetler arasında ters yönlü bir ilişki vardır. *Kısa dönemde marjinal maliyet arttığında, emeğin marjinal ürünü azalır.

Emeğin tek değişken girdi olduğu ve fiyatının (ücret oranı, W) sabit olduğu varsayımları altında, marjinal ürün arttıkça, marjinal maliyet azalmakta; marjinal ürün azaldıkça, marjinal maliyet artmaktadır. Ayrıca marjinal

ürün eğrisinin maksimum noktası, marjinal maliyet eğrisinin minimum noktasına karşılık gelmektedir.

Ek işçi istihdamı nedeniyle üretimdeki artış marjinal ürüne eşittir.

$$MC = \frac{W}{MPP}$$

- ◆ $\Rightarrow$ ücret oranı sabitken, emeğin marjinal veriminin artması, marjinal maliyeti azaltacaktır (MC ile MPP arasında ters yönlü ilişki vardır).

- ◆ $AVC = \frac{W}{APP}$ $\Rightarrow$ ücret oranı sabitken, emeğin ortalama veriminin artması, ortalama değişken maliyeti azaltır (AVC ile APP arasında da ters yönlü ilişki vardır).

UZUN DÖNEMDE MALİYET EĞRİLERİNİN YAPISI

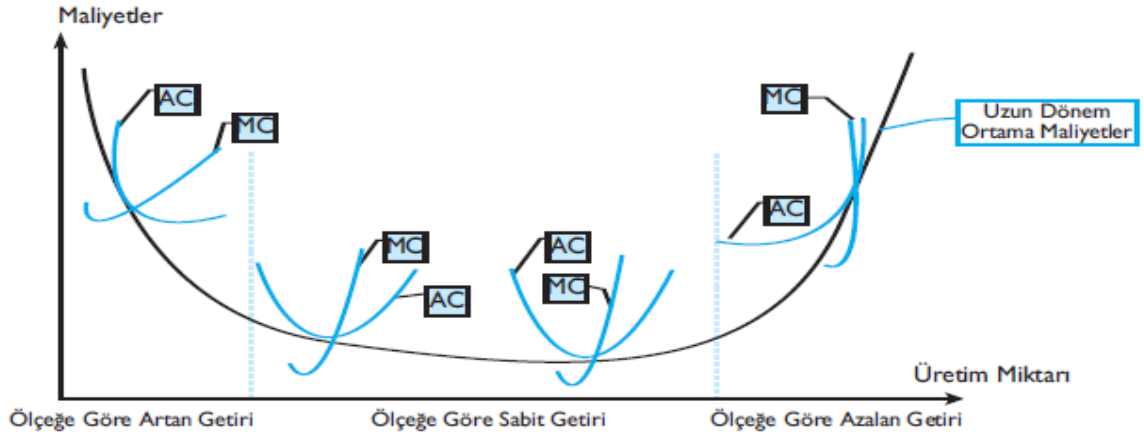
Uzun dönemde üretimi arttırmak istediğimizde hem sermaye hem de emeği ve diğer bütün girdileri arttırabileceğimiz koşullar hazırır.

Ölçeğe göre getiri ; uzun dönemde, bütün üretim faktörlerinin belli bir oranda arttırdığımızda, elde edilen ürün miktarında gözlediğimiz artış oranıdır.

- $\rightarrow$ Bütün üretim faktörlerini arttırdığımızda, üretilen ürün miktarı daha az artmışsa, ölçeğe göre **azalan** getiri;
- $\rightarrow$ Bütün üretim faktörlerini arttırdığımızda, üretilen ürün miktarı aynı oranda artmışsa, ölçeğe göre **sabit** getiri;

- *Bütün üretim faktörlerini arttırdığımızda, üretilen ürün miktarı daha fazla artmışsa, ölçeğe göre **artan** getiri; durumu söz konusudur.
- ❖ Getiri kavramları arasında kısa dönem ve uzun dönem için farklıdır. Kısa dönemde en az bir faktör sabittir. Dolayısıyla bir faktörde artış sağlanabilirken, diğer üretim faktörü sabit kalmaktadır. Bu şartlar altında azalan getiri yasası kaçınılmazdır. Oysa uzun dönemde bütün faktörlerin arttırılabilmesi söz konusudur. Ölçeğe göre getiri kavramı uzun dönemde geçerlidir.

Uzun dönemde bütün faktörleri arttırabildiğimize göre, uzun dönem maliyet eğrisi bir işletmenin en uygun üretim kararlarını verebileceği süredir. Uzun dönem maliyet eğrisi işletme açısından en düşük maliyetli olanakları yansıtmaktadır. Uzun dönemde maliyetler, kısa dönemde karşılaşılabilecek ortalama maliyetlere görece daha düşüktür.



Şekilde kısa ve uzun dönem ortalama maliyetler çizilmektedir. Uzun dönem ortalama maliyetleri, kısa dönem ortalama maliyetlerin altında yer alır ve onlara en düşük maliyet olanağı üzerine bir alt sınır tanıtır.

- Ölçeğe göre artan getiri söz konusu ise uzun dönem ortalama maliyet eğrisi düşmektedir.
- Ölçeğe göre sabit getiri söz konusu ise uzun dönem ortalama maliyet eğrisi yataydır.
- Ölçeğe göre azalan getiri söz konusu ise uzun dönem ortalama maliyet eğrisi yükselmektedir.

Henry Ford'un fabrikalarında yeni bir inovasyon olan montaj hattı teknolojisi ile ⇒ İkinci Dünya Savaşı sonrasında hemen tüm Batı dünyasında otomotiv teknolojisi bu yeni devrim ile çalkalanmaktaydı. 1950'li ve 60'lı yıllar yüksek kâr oranları ve çok yüksek büyüme sağlanarak geçildi. Ancak 1970'lere gelindiğinde artık montaj hattı Asya'da ve Latin Amerika'da birçok gelişmekte olan ülke tarafından uygulanmaya başlandı ve otomotiv sanayinin merkezleri batı ekonomilerinin dışına kaymaya başladı. Montaj hattı artık olgunlaşmış idi. Latin Amerika'da ve Asya'da yeni üretim merkezleri oluştu. Daha sonradan bu ülkeler **yeni sanayileşen ülkeler** diye anılacaktır.

5.ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR

1. Aşağıdakilerde hangisi azalan getiri yasasına bağlıdır?

- a. işletmeler kârlarını çoklulaştırmak amacıyla çalışır.
- b. marjinal maliyetler azalmaktadır.
- c. marjinal maliyetler yükselmektedir.
- d. uzun dönemde ölçeğe göre artan getiri mevcuttur
- e. bütün faktörler arttırılabilir.

2. Aşağıdakilerden hangisi üretim faktörleri ile ara mallarının kullanımı ve nihai ürünün elde edilmesi sürecinde toplam girdiler ile nihai ürün arasındaki nicel ilişkiyi gösterir?

- a. Toplam maliyet
- b. Üretim teknolojisi
- c. Marjinal maliyet
- d. Ölçeğe göre getiri
- e. Sabit maliyetler

3. İktisat kuramına göre bir ön yaklaşım olarak belirlenen, şirketlerin üretim faaliyetlerinde bulunurken gerçekleştirmek istedikleri tek amaç aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Kârların çoklulaştırılması
- b. Maliyetlerin en aza indirgenmesi
- c. İşçilerin refahının artırılması
- d. Üretim teknolojisinin geliştirilmesi
- e. Ekonomik büyümeye katkı yapılması

4. İşletmenin gerçek maliyetlerini belirleyen ekonomik maliyetler nasıl hesaplanır?

- a. Satış gelirlerinden toplam maliyetler çıkartılarak
- b. Satılan ürün adedi ile ürünün fiyatı çarpılarak
- c. Toplam maliyetler çıktı miktarına bölünerek
- d. Muhasebe maliyetleri ile fırsat maliyetleri toplanarak
- e. Üretimde kullanılan tüm girdilerin maliyet bedelleri toplanarak

5. Bir üreticinin uzun dönemde piyasadan ayrılma nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Ekonomik kârın pozitif olması
- b. Muhasebe maliyetlerinin pozitif olması
- c. Ekonomik maliyetlerin pozitif olması
- d. Büyüme oranının negatif olması
- e. Ekonomik kârın negatif olması

6. Bir üretim faaliyetine başlamadan önce hazırlıkların tümüne yapılan zorunlu giderlere ne ad verilir?

- a. Sabit maliyetler
- b. Fırsat maliyeti
- c. Ekonomik maliyet
- d. Değişken maliyet
- e. Muhasebe maliyeti

7. Ortalama toplam maliyetler aşağıdaki formüllerden hangisi ile hesaplanır?

- a. TCF/Q
- b. $TCF+TFC$
- c. TVC/Q
- d. TC/Q
- e. $P \times Q$

8. Bir birim daha fazla üretim yapıldığında, toplam maliyetlerde gözlenen artış aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Ortalama toplam maliyet
- b. Marjinal maliyet
- c. Ortalama sabit maliyet
- d. Değişken maliyet
- e. Fırsat maliyeti

9. Ücret oranı sabitken, emeğin marjinal veriminin artması sonucunda aşağıdakilerden hangisi gerçekleşir?

- a. Emeğin marjinal ürünü azalır
- b. Emeğin ortalama ürünü azalır
- c. Toplam üretim azalır
- d. Toplam işçi sayısı artar
- e. Marjinal maliyet azalır

10. Ölçeğe göre sabit getiri söz konusu ise uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin şekli aşağıdakilerden hangisidir?

- a. dikeydir
- b. düşmektedir
- c. yataydır
- d. yükselmektedir
- e. konkavdır

ÜNİTE 6

TAM REKABET PİYASASI

Tam rekabetçi bir piyasada bütün üretici ve tüketiciler açısından ürünün pazar fiyatı verili kabul edilir; stratejik isteklere bağlı olarak değiştirilmesi söz konusu olamaz.

*Tam rekabetçi (ya da kısaca rekabetçi) piyasanın özellikleri şunlardır:

- Piyasada çok sayıda üretici ve tüketici mevcuttur. Çok sayıdaki üretici ve tüketicilerin hiç birisi piyasadaki fiyatı tek başına etkileme gücüne sahip değildir. Yani, rekabetçi bir piyasada her üretici ve tüketici ürünün fiyatını değiştiremeden, verili olarak kabullenmek zorundadır.

Piyasadaki firmalar tam bilgiye sahiptir.

- Piyasada alınıp satılan mal hemen hemen aynı özelliklere sahiptir. Buna homojen mal özelliği diyoruz. Benzin, ekme, süt gibi homojen ürünlerin üretildiği piyasalar rekabet ortamına daha yakındır.
- Piyasaya başka üreticilerin girişi ya da mevcut üreticilerin piyasadan çıkışı önünde hiç bir engel yoktur, *piyasaya giriş çıkış serbesttir. Mevcut bir işletme, diyelim ki fiyat avantajını kullanarak veya piyasadaki varlığını tehdit unsuru olarak kullanarak rakip başka işletmelerin piyasaya girmesini engelleyemez.

REKABETÇİ BİR İŞLETMENİN GELİR, MALİYET VE KÂRLARI

Rekabetçi bir piyasada üretici olan bir şirket **fiyat alıcısıdır**, diğerleri gibi kârlarını çoklulaştırmayı amaçlar. Fiyat alıcı, sattığı ürünün piyasa fiyatı üzerinde hiçbir kontrol gücü olmayan ve piyasada belirlenen fiyatı verili fiyat olarak alan satıcıdır.

Ürünün fiyatı p, satılan mal q ise,

$$\text{Toplama gelir (TR)} = p \times q$$

$$\text{Ortalama gelir(AR)} = \frac{\text{toplam gelir}}{q}$$

$$\text{Marjinal gelir (MR)} = \frac{\Delta(\text{toplam gelir})}{\Delta q} = \frac{\Delta TR}{\Delta q}$$

Marjinal gelir, üretimde her bir birimlik artışın sağladığı gelir artışıdır.

Rekabetçi bir işletme için $\Rightarrow$ fiyat = ortalama gelir = marjinal gelir $\Rightarrow$ **P = AR = MR**

Örnek: Lezzet fırınında hafta sonunda satışların 100 kg'a kadar yükseldiğini varsayınız. Pastanın kilosu 10 TL olarak verili iken, rekabet koşulları altında fırının elde edeceği ortalama gelir ve marjinal gelir ne olacaktır?

KÂRLARIN ÇOKLULAŞTIRILMASI İLKESİ

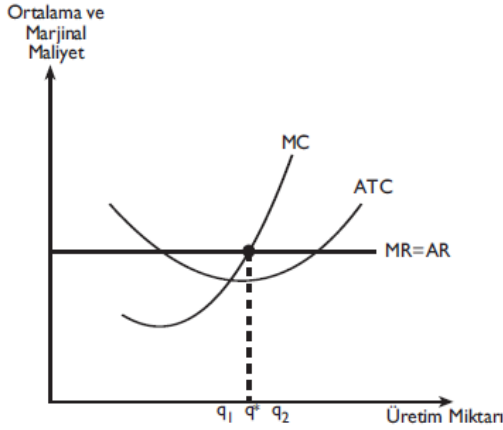
$$\text{Kâr} = \text{toplam gelirler} - \text{toplam maliyetler} \Rightarrow \text{Kâr} = TR - TC \Rightarrow \text{Kâr} = p \times q - TC$$

Ekonomik maliyetler = muhasebe maliyetleri - fırsat maliyetleri

$$\text{Kâr} = \text{Toplam gelir} - \text{muhasebe maliyetleri} - \text{fırsat maliyetleri}$$

Tam rekabetçi piyasalarda firmalar karlarını en çoklulaştırmak için şu eşitliği sağlarlar:

$$\text{Marjinal Maliyet} = \text{Marjinal Gelir} = \text{Fiyat} \Rightarrow \text{MC} = \text{MR} = \text{P}$$



Kâr en çoklaştırılması prensibi marjinal maliyet ve marjinal gelir eğrilerinin birbirine eşit olduğu noktayı bulmamızı gerektirmektedir. q^* üretim düzeyi kârın en çok kılındığı üretim miktarını verir.

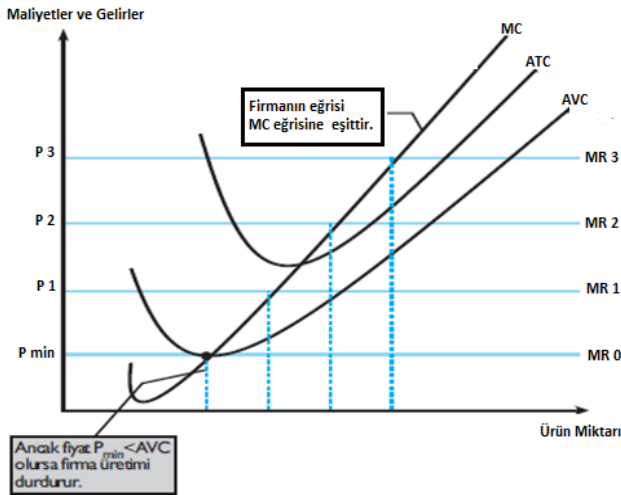
Kârların en çoklaştırıldığı optimal üretim miktarına ulaşmak için:

- Marjinal maliyet eğrisini marjinal gelir eğrisine eşitlemek gerekmektedir;
- Marjinal maliyet eğrisi marjinal gelirin altında olduğu durumlarda (q_1 gibi) üretimin artırılması kârları yükseltecektir.
- Marjinal maliyet eğrisi marjinal gelirin üstündeyse (q_2 gibi) üretimi kırmak, kârları yükseltecektir.

REKABETÇİ İŞLETMELERİN KISA DÖNEMDE ARZ EĞRİSİ

Arz eğrisi ürünün fiyatı ile piyasaya sunulan ürün miktarı arasındaki ilişkiyi gösterir. Kâr en çoklaştırılması yapan rekabetçi bir işletme, üretmekte olduğu ürünün veri aldığı fiyatı değiştikçe piyasaya mal arzını da değiştirecektir.

Her fiyat değişikliğinde kârın en çoklaştırılması ilkesi aynıdır: marjinal maliyetleri fiyata eşitle $\Rightarrow MC=P$



❖ Kısa dönemde arz eğrisi fiyatın ortalama değişken maliyetten ($AVC = TVC/q$) yüksek olduğu üretim düzeyinden başlamalıdır.

❖ Kısa dönemde rekabetçi bir işletmenin ortalama değişken maliyetleri fiyatın üstüne çıkarsa üretim durdurulacaktır. Arz eğrisi ancak fiyatın ortalama değişken maliyetlerin üstünde kaldığı durumda elde edilebilir.

Fiyatları verili olarak kabul eden rekabetçi işletme her defasında marjinal maliyetlerini fiyata eşitleyecektir. O halde pazar fiyatı P_1 ise kârları en çok kılan üretim

düzeyi q_1 ; P_2 ise q_2 ; P_3 ise q_3 olacaktır.

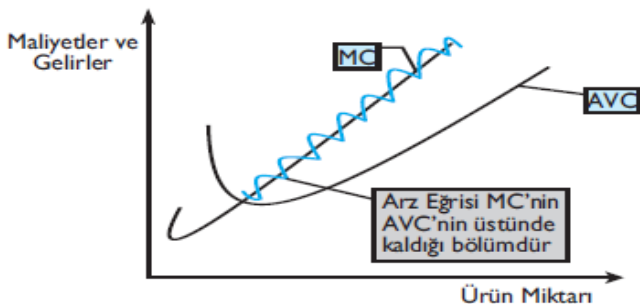
İşletmelerin kısa dönemde karşılaştıkları kararlardan en önemlisi üretime devam edip etmeme kararıdır :

→ Hiç üretim yapılmamışa kâr:

$$\begin{aligned} &= \text{toplam gelir} - \text{sabit maliyetler} \\ &= 0 - TFC \\ &= -TFC \end{aligned}$$

→ Üretim yapılırken kâr:

$$\begin{aligned} &= \text{toplam gelir} - \text{toplam maliyetler} \\ &= \text{toplam gelir} - \text{değişken maliyetler} - \text{sabit maliyetler} \\ &= TR - TVC - TFC \end{aligned}$$



Kısa dönemde rekabetçi bir işletmenin arz eğrisi marjinal maliyetin AVC üstünde kalan bölümüdür.

Şekilde marjinal maliyet eğrisinin AVC üstünde kaldığı bölüm kısa dönemde şirketin arz eğrisini göstermektedir.

REKABETÇİ PİYASADA UZUN DÖNEM KARARLARI

Uzun dönemde rekabetçi piyasaya yeni işletmeler girebilir; mevcut firmalar piyasadan çekilebilir; üretim faktörleri arttırılabilir.

Uzun dönemde rekabetçi piyasaya giriş yapacak yeni işletmeler mevcut kârlılık durumuna göre karar vereceklerdir. Uzun dönemde rekabetçi piyasaya giriş - çıkış serbest ve üretim faktörleri arttırılabilmektedir.

TR: Toplam gelir; TC: Toplam maliyetler ise,

$$Kâr = TR - TC = p \times q - TC$$

$$\Rightarrow Kâr = (p - TC/q) \times q \Rightarrow Kâr = (p - ATC) \times q$$

O halde, $p > ATC$ ise, yani fiyat ortalama toplam maliyetlerden yüksek ise kârlar pozitif; aksi takdirde negatiftir.

REKABETÇİ PİYASALARDA UZUN DÖNEM DENGESİ

Piyasada pozitif kârların varlığı yeni rakip üreticilerin piyasaya gelmesini uyarmaktadır.

Yeni şirketler piyasaya girdikçe mal arzı genişler, piyasa fiyatı düşer ve kârlar sıfıra doğru geriler ve yeni bir dengeye ulaşılır. Bu dengenin özellikleri;

- Fiyat marjinal maliyete eşittir (kâr çoklulaştırılması koşulu; $MC=MR$).
- Fiyat ortalama toplam maliyete eşitlenmiştir ($P=AC$)(uzun dönemde rekabetin sonucunda sıfır kâr koşulu).

* $P=MC=MR=AR=AC$ eşitliği tam rekabet piyasasında gerçekleşir ve bu eşitlik sadece tam rekabet piyasasına özgü bir durumdur.

* Ekonomik kar sıfırdır.

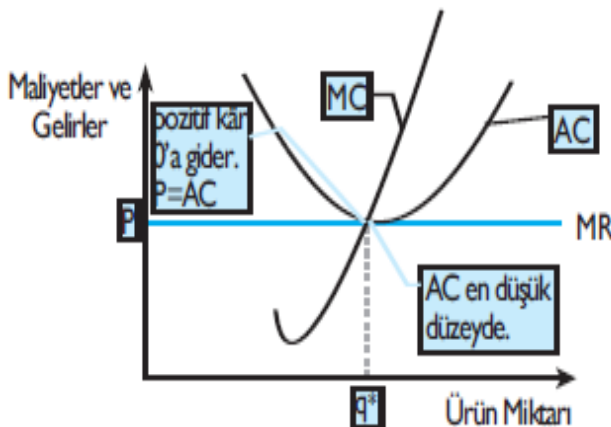
*Potansiyel firmaların piyasaya girmek için herhangi bir nedeni yoktur.

*Uzun dönemde sabit maliyetler ortadan kalkmakta, bütün maliyetler değişken maliyet haline gelmektedir.

*Firma ekonomik kar veya zarar edebilir.

Dolayısıyla rekabetçi bir piyasada giriş - çıkışlar tamamlandığında piyasada:

$$\text{fiyat} = \text{marjinal maliyet} = \text{ortalama toplam maliyet} \Rightarrow P = MC = ATC(AC)$$



Şekilde piyasanın uzun dönem dengesi gösterilmiştir.

* üretim düzeyinde $P=MC=AC$ eşitliği sağlanmaktadır.

Kârlar en çoklulaştırılmakta, ancak fiyat=AC düzeyinde gerçekleştiği için pozitif kâr elde edilmemektedir.

Ortalama toplam maliyet eğrisinin, marjinal maliyet eğrisini en düşük noktada kestiğini biliyoruz. O halde rekabetçi bir piyasada uzun dönemde ortalama toplam maliyetler en düşük düzeydedir.

Rekabetçi piyasalarda çalışan işletmeler ekonomideki kaynakların en ucuza; dolayısıyla, en verimli olarak kullanılmasını sağlamaktadır

6. ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR

1. Aşağıdakilerde hangisi rekabetçi bir piyasada geçerli değildir?

- a. Piyasada çok sayıda üretici vardır.
- b. Piyasada çok sayıda tüketici vardır.
- c. Piyasada üretilen ürün homojendir.
- d. Üreticiler ürünün satış fiyatını kendileri belirlerler.
- e. Ürün fiyatı verilir.

2. Aşağıdakilerden hangisi rekabetçi bir işletmenin kısa dönemde arz eğrisini belirtmekte önemlidir?

- a. İşletmenin kârları sıfırdır.
- b. Fiyat ortalama sabit maliyetlerin altındadır.
- c. Fiyat marjinal gelirin altındadır.
- d. Fiyat ortalama değişken maliyetlere eşit olduğu durumda üretici üretim yapmada kararsızdır.
- e. Kısa dönemde kârlar sıfırdır.

3. Aşağıdakilerden hangisi rekabetçi bir işletmenin uzun dönem dengesini belirtir?

- a. İşletmenin kârları sınırsız artırılabilir.
- b. İşletmenin kârları negatiftir.
- c. İşletmenin marjinal maliyetleri sıfırdır.
- d. İşletmede fiyat ve ortalama toplam maliyetler eşitlenmiştir.
- e. İşletme zarar elde etse dahi sektörü terk edemez.

4. Rekabetçi bir işletme için ürünün piyasa fiyatı aşağıdakilerden hangisine eşittir?

- a. Marjinal gelir
- b. Toplam gelir
- c. Marjinal maliyet
- d. Toplam ürün
- e. Toplam maliyet

5. Rekabetçi bir işletmede kârların en çoklaştırılması için marjinal maliyet aşağıdakilerden hangisine eşitlenmelidir?

- a. Toplam maliyet
- b. Fiyat
- c. Toplam gelir
- d. Sabit maliyet
- e. Ortalama gelir

6. Kâr en çoklaştırması yapan rekabetçi bir işletme, üretmekte olduğu ürünün veri aldığı fiyatı değiştikçe aşağıdakilerden hangisini değiştirir?

- a. Sabit maliyetlerini
- b. İşçi sayısını
- c. Marjinal maliyetlerini
- d. Toplam gelirini
- e. Piyasaya mal arzını

7. Kısa dönemde rekabetçi işletmenin arz eğrisi aşağıdakilerden hangisine eşittir?

- a. Ortalama değişken maliyet eğrisinin azalan bölümüne
- b. Ortalama toplam maliyet eğrisinin artan bölümüne
- c. Marjinal maliyetin AVC üstünde kalan bölümüne
- d. Toplam gelir eğrisinin tepe noktasına
- e. Marjinal gelir eğrisinin artan bölümüne

8. Aşağıdakilerden hangisi rekabetçi piyasada uzun dönemde gerçekleşenlerden birisi değildir?

- a. Piyasaya yeni işletmeler girebilir
- b. Firma tarafından ürünün satış fiyatı belirlenir
- c. Mevcut firmalar piyasadan çekilebilir
- d. Üretim faktörleri artırılabilir
- e. Kâr çoklaştırması yapmaya çalışılır

9. Rekabetçi bir piyasada uzun dönemde pozitif kâr elde etmek için gerekli koşul aşağıdakilerden hangisidir?

- a. $P > ATC$
- b. $P < ATC$
- c. $MC = MR$
- d. $TC > TR$
- e. $MC > AVC$

10. Rekabetçi bir piyasada aşağıdakilerden hangisi yeni rakip üreticilerin piyasaya gelmesine neden olur?

- a. Pazar fiyatının düşmeye başlaması
- b. İşgücü maliyetlerinin artması
- c. Piyasada pozitif kârların varlığı
- d. Sabit maliyetlerin azalması
- e. Fiyatın ortalama toplam maliyete eşitlenmesi

ÜNİTE 7

EKSİK REKABET PİYASALARI

Piyasadaki farklı rekabet koşullarını yansıtan dört farklı piyasa türünden bahsedebiliriz. Bunlar **tam rekabet piyasası** ile eksik rekabet piyasaları olarak adlandırılan **tekeli**, **tekeli rekabet** ve **oligopol piyasalarıdır**. Bugün Türkiye'deki firmaların ve endüstrilerin çoğu eksik rekabet piyasası kategorilerinden birisine dahil edilebilir. Tam rekabet piyasası koşullarının geçerli olmadığı piyasalar genel olarak eksik rekabet piyasalarıdır.

TEKEL PİYASASI

Tam rekabet piyasasında olduğu gibi tekeli piyasası da bir uç durumu yansıtır. Belli bir ürünün sadece bir satıcısının olduğu piyasa türüne **tekeli** adı verilmektedir. Buna örnek olarak ülkemizde yakın zamana kadar sigara ve alkollü içki satışı ile posta ve telefon hizmetleri gösterilebilir. *Tekeli teorisi üç temel varsayıma dayanmaktadır:

- Endüstride sadece bir firma vardır. Bu firma bir ürünün tek üreticisi ya da bir hizmetin tek sunucusudur. Dolayısıyla firma arzı aynı zamanda endüstri arzını da temsil etmektedir.
- Tek satıcı yakın ikamesi olmayan bir ürün satmaktadır. Ürünün yakın ikamesi olmadığından tekeli firma herhangi bir rekabetle karşılaşmaz ya da karşılaşsa bile rekabet çok düşük düzeylerde olur.
- Piyasaya giriş için oldukça etkili engeller vardır. Bu nedenle yeni firmaların piyasaya girmeleri mümkün değildir ya da çok zordur.
- Tekelin arz eğrisi yoktur.

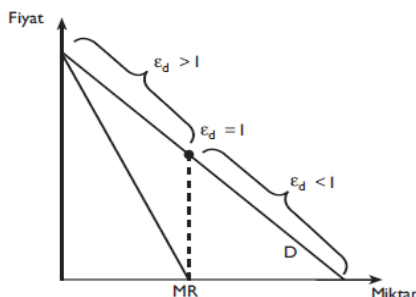
Piyasaya Giriş Engelleri

- **Yasal Engeller:** Devlet tarafından sadece bir firmaya belli bir ürünün ya da hizmetin sağlanması için ruhsat, patent, lisans veya genel anlamda izin verilerek diğer firmaların aynı işi yapmaları yasal olarak engellenebilir. Örneğin geliştirilen yeni bir ürün için alınan patent, belli bir süre boyunca firmayı rekabetten korumakta ve firmaları yeni ürünler geliştirmeye teşvik etmektedir.
- **Ölçek Ekonomileri:** Bazı endüstrilerde, düşük düzeylerdeki ortalama maliyetler, ancak büyük ölçekli üretimle sağlanabilmektedir. Bu nedenle, mevcut firmalar ile rekabet etmek isteyen yeni firmaların da üretimlerinin büyük ölçekli olması gerekir. Fakat bu düzeyde bir üretimi gerçekleştirmek maliyetli ve riskli olduğundan, ölçek ekonomileri de piyasaya giriş için bir engel olarak değerlendirilebilir. Eğer ölçek ekonomileri sadece bir firmanın faaliyetini devam ettirmesine olanak sağlayacak nitelikte ise, bu endüstriye **doğal tekeli** adı verilir. Devlet tarafından kurulan elektrik, su, gaz dağıtım şirketleri doğal tekelere örnek olarak gösterilebilir.
- **Gerekli bir kaynağın sadece bir firmanın kullanımında olması:** Üretim sürecinde gerekli olan bir hammadde sadece bir firmanın kontrolünde ya da sahipliğinde ise, bu da diğer potansiyel rakiplerin piyasaya girişlerini engelleyen bir unsurdur. Örneğin takti endüstrisinde gerekli bir hammadde olan altının çıkarıldığı madenlerin tek bir firma tarafından işletildiğini varsayalım. Diğer firmalar takti üretiminde ihtiyaç duyacakları altını temin edemeyeceklerinden firma takti endüstrisinde tekeli konumunda olur.

Tekeli Fiyatlar ve Üretim Miktarı

Tekeli firma, piyasa fiyatını doğrudan etkileme gücüne sahiptir. Tekeli firmanın üretim kararı, ürünün piyasa fiyatını etkilediği için, şöyle bir mantıkla hareket eder: "Eğer üretimi artırırsam, ürünün fiyatı ve dolayısıyla satılan ürünlerden elde edeceğim gelir düşer, bu nedenle üretimi ne kadar arttıracam konusunda dikkatli davranmalıyım." Tekeli firma ürün için bir fiyat belirleyebilir, ancak belirlenen bu fiyattan tüketicilerin ne kadar ürün satın alacakları piyasa talep eğrisi tarafından belirlenir. Yani tekeli firma hem ürünün fiyatını, hem de ne kadar ürün satacağını birlikte belirleyemez. Ancak üretim düzeyini değiştirerek piyasa fiyatını kontrol edebilir.

Tekelin Talebi ve Gelirleri



- ❖ Bir firma azalan eğimli bir talep eğrisi ile karşı karşıya ise, marjinal gelir ürünün fiyatından daha düşük olur. Dolayısıyla marjinal gelir eğrisi talep eğrisinin altında yer alır.

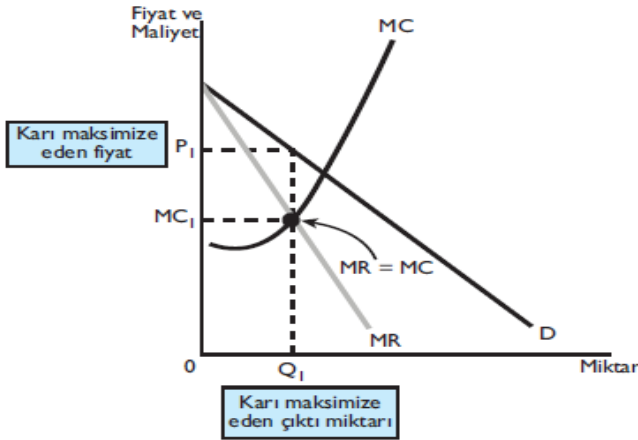
Tekeli bir firma hiçbir zaman marjinal gelirin negatif olduğu bölgede üretim gerçekleştirmeyiz. Çünkü marjinal gelirin negatif olması, daha fazla üretimin, firmanın toplam gelirini azaltacağı anlamına gelir.

Talebin esnek olması durumunda marjinal gelir pozitifdir. Talebin inelastik olması durumunda ise, marjinal gelir negatif olur. Bu nedenle tekeli firma hiçbir zaman talep eğrisinin inelastik olduğu bölgede faaliyet göstermez.

* Tekelci bir firma için talebin fiyat esnekliği 1'den büyükse firma fiyatını düşürdüğünde toplam gelir artar.

Tekelci bir firma için talebin fiyat esnekliği 1'den küçükse firma fiyatını arttırdığında toplam gelir artar.

Kârı Maksimize Eden Fiyat ve Miktar



Tekelci firma için kârı maksimize eden çıktı düzeyi $MR = MC$ kuralı kullanılarak belirlenir.

Şekilde $MR=MC$ kuralının sağlandığı üretim miktarı Q_1 olarak belirlenmiştir. Bu üretim miktarını satabileceği en yüksek birim başına fiyat ise P_1 'dir.

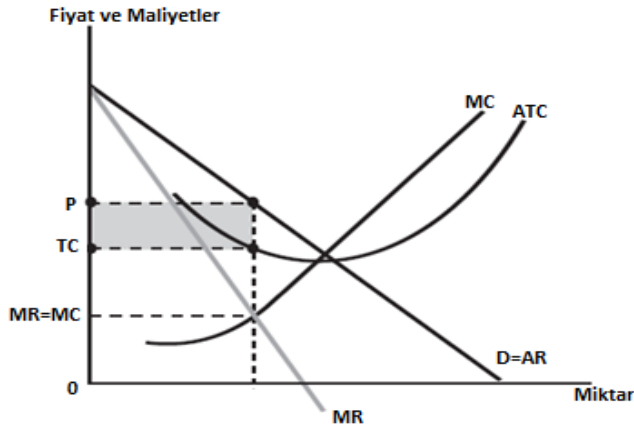
Tekelci firma, Q_1 üretim düzeyinde marjinal maliyetin üzerinde bir fiyat uygulamaktadır. Bu üretim düzeyinde firmanın kâr elde edip etmediği, belirlenen fiyatın ortalama toplam maliyetten (ATC) yani birim maliyetlerden yüksek olup olmadığına bağlıdır.

Bir üretim düzeyinde tekelleci firmanın kâr elde edip etmemesi, fiyat (P) ile ortalama toplam maliyetlere (ATC) bağlıdır. Çünkü tekelleci firma ürüne istediği fiyatı değil, talep eğrisinin izin verdiği en yüksek fiyatı uygulamaktadır:

→ $P < ATC$ ise; tekelleci firma zarar eder.

→ $P > ATC$ ise; tekelleci firma kâr eder.

Kısa Dönemde Tekelleci Dengesi



Marjinal maliyetinin marjinal gelire eşit olduğu noktada kârını maksimize edecek üretim miktarını belirleyen tekelleci, bu üretimi mümkün olan en yüksek fiyattan satmak ister. Bu fiyatı da talep eğrisinden yararlanarak belirler.

Kârı maksimize eden üretim düzeyinde $MR=MC$ olur. Bu eşitliğin sağlandığı üretim düzeyindeki fiyat, talep eğrisinden yararlanılarak bulunur.

Uzun Dönemde Tekelci Dengesi

Tam rekabet piyasasında, firmaların uzun dönemde kâr edemezler, çünkü piyasadaki pozitif kârların varlığı yeni üreticilerin piyasaya girmesine neden olur.

Tekel piyasasında ise, tekeli piyasaya giriş engellendiği için, tekeli uzun dönem dengesinde de ekonomik kâr elde etmeye devam edebilir.

Tekelde Fiyat Farklılaştırması

Aynı malın tek bir üretici tarafından farklı alıcılara farklı fiyatlardan satılmasına **fiyat farklılaştırması** denir. Tekelci firma, aynı malı farklı tüketicilere farklı fiyatlardan satarak kârını arttırabilir.

Fiyat Farklılaştırmasının Koşulları

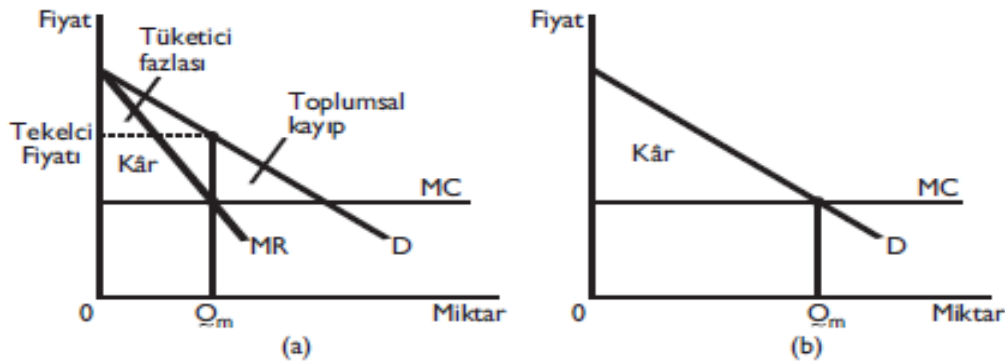
- Firmanın ürünün fiyatı üzerinde bir kontrolünün olmalıdır. Tüm müşterilerine tek fiyat uygulayan tekelinin aksine, fiyat farklılaştırması yapan tekeli, ürünü her müşterinin ödemeye hazır olduğu fiyattan satmaya çalışır. Bunun için müşterileri ödemeye razı oldukları fiyata göre ayırtmak gerekmektedir. Bu ayırtma işlemi bazen bölgesel olabildiği gibi, bazen de yaş, cinsiyet, gelir, eğitim düzeyi gibi farklı kriterlere bağlıdır.
- Arbitraj geliri engellenmiş olmalıdır. Malı bir piyasadan düşük fiyattan alıp, başka bir piyasa da yüksek fiyattan satarak fiyat farklılığından kâr etme işlemine arbitraj adı verilmektedir.

Fiyat Farklılaştırmasının Türleri

- **Tam fiyat farklılaşması:** Tekelci bir firmanın x malından 500 birim üretilip sattığını varsayalım. Malın her birimini, ayrı ayrı müşterilerin ödemeye hazır oldukları en yüksek fiyata satarsa tekeli firmanın tam fiyat farklılaştırması ya da **birimler arası fiyat farklılaştırması** yaptığı söylenir.
- **İkinci derece fiyat farklılaştırması:** Belli bir miktar için birim başına tek fiyat belirleyip, daha sonraki ek birimler için daha düşük bir fiyat belirliyorsa ikinci derece fiyat farklılaştırması ya da **miktarlar arası farklılaştırma** yaptığı söylenir.
- **Üçüncü derece fiyat farklılaştırması:** Farklı piyasalarda farklı fiyat uygularsa ya da aynı alıcı kitlesi içerisinde bölümlendirme yaparak onlara farklı fiyatlar uygularsa **alıcılar arasında farklılaştırma** da denen üçüncü derece fiyat farklılaştırması yapmış olur. Örneğin bir sinema yaşı müşterilerine sinema biletini diğer müşterilerine göre daha düşük bir fiyattan satarak üçüncü derece fiyat farklılaştırması yapar.

Fiyat Farklılaştırmasının Refah Etkisi

Tüketici fazlası: Tüketici refahının bir ölçüsüdür ve malın tüketiciler gözündeki değerinin ödenen fiyattan fazla olmasını ifade eder. Talep eğrisinin altında ve söz konusu fiyatın üzerinde kalan üçgen alanla ölçülür.

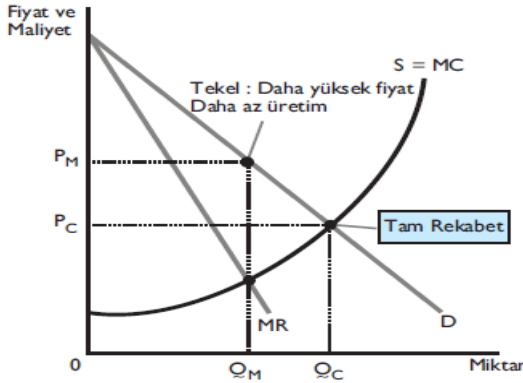


Şekil a' da tek fiyat uygulayan bir tekelinin durumu gösterilmektedir. Kârını maksimize etmek isteyen bir tekeli marjinal gelirin marjinal maliyete eşit olduğu noktada satacağı miktarı belirledikten sonra karşı karşıya olduğu talep eğrisinden yararlanarak malın satış fiyatını belirliyordu. Fakat şekilde tekeli fiyatı olarak gösterilen bu fiyat,

malın değerinin marjinal maliyetin üzerinde olduğunu düşünen ancak tekelci fiyatını çok yüksek bulan müşterilerin ürünü satın almamalarına ve dolayısıyla toplumsal bir kayba neden olmaktadır.

Şekil b' de tam fiyat farklılaştırması uygulayan bir tekelin durumu sergilenmektedir. Burada her tüketici mal için ödemeye hazır olduğu fiyatı ödediği için tüketici fazlası yoktur. Herhangi bir toplumsal kayıp olmamasına rağmen, piyasadaki tüm fazlalık, kâr olarak tekeli firmaya döner.

Tekel Piyasası ile Tam Rekabet Piyasasının Karşılaştırılması



Şekilde hem tam rekabet hem de tekeli piyasalarında geçerli olacak talep eğrisi D ile gösterilen azalan eğimli bir eğridir.

Şekilde arz ve talep eğrilerinin kesiştirilmesi ile elde edilen P_M ve Q_M değerleri tam rekabet piyasasındaki denge fiyat ve miktarını göstermektedir.

Rekabetçi firma için: $P = MR = MC$

Tekelci firma için: $P > MR = MC$

Tekelci firma kârını maksimize edecek çıktı düzeyini belirledikten sonra piyasa talep eğrisinden yararlanarak ürünün fiyatını belirler. Kar maksimizasyonu için $MR=MC$ sağlanır.

Tam rekabet piyasasında ise piyasa arz eğrisi, bireysel firma arz eğrilerinin toplamından oluşur. Ayrıca kısa dönemde rekabetçi bir işletmenin arz eğrisi marjinal maliyetin AVC üstünde kalan bölümüdür. Dolayısıyla, piyasa tek bir firmanın kontrolüne geçtiğinde, rekabetçi piyasadaki piyasa arz eğrisi, tekeli firmanın marjinal maliyet (MC) eğrisine dönüşür: $S=MC$ olur.

Marjinal gelirin marjinal maliyete eşitlendiği noktadaki tekelin üretim miktarı Q_M olarak belirlenir. Fiekinden de görebileceğiniz gibi bu üretim miktarı tam rekabet piyasasındaki denge üretim miktarından (Q_C) daha düşüktür. Q_M üretim düzeyindeki tekeli fiyatı olan P_M tam rekabet piyasasının denge fiyatından (P_C) daha yüksektir. Kısaca tekeli piyasasında tam rekabet piyasasına göre üretim daha az ve fiyat daha pahalıdır.

TEKELCİ REKABET PİYASASI

Birbirine benzer fakat aynı olmayan ürünlerin çok sayıda firma tarafından üretilip satıldığı piyasa türüne **tekeli rekabet piyasası** adı verilir.

Tekeli Rekabet Piyasasının Temel Özellikleri

- Piyasada birçok alıcı ve satıcı vardır. Tekeli rekabet piyasasındaki firmalar piyasa fiyatını etkileme gücüne sahiptir.
- Piyasadaki her firma farklılaştırılmış bir ürün satmaktadır. **Ürün Farklılaştırması:** Ürünün marka, renk, ambalaj gibi küçük özellikleri bakımından diğerlerinden ayrılmasıdır. Ürün farklılaştırması; gerçekten farklı bir ürün geliştirerek ya da tüketicilerin gözünde ürünün diğerlerine göre farklı olduğu algısı yaratılarak gerçekleştirilebilir.
- Piyasaya giriş ve piyasadan çıkış kolaydır. Piyasaya girişi veya piyasadan çıkışı engelleyen hiçbir yasal veya başka tür bir engel yoktur. Dolayısıyla ekonomik kâr sıfır oluncaya kadar piyasaya yeni firmalar girmeye devam edebilir.

Tekelci Rekabet Piyasasında Talep Eğrisi

Tam rekabet piyasasındaki firmanın, benzer nitelikteki homojen ürünü üreten birçok rakibi olduğundan, ürünün sonsuz sayıda ikamesi vardır. Dolayısıyla ürüne olan talebin fiyat esnekliği çok yüksek olduğu için, karşı karşıya olduğu talep eğrisi yatay olur.

Tekelci firmanın ise hiç rakibi yoktur ve ikamesi olmayan bir ürün üretmektedir. Bu nedenle talebin esnekliği düşüktür ve azalan eğimli bir doğru ile gösterilir.

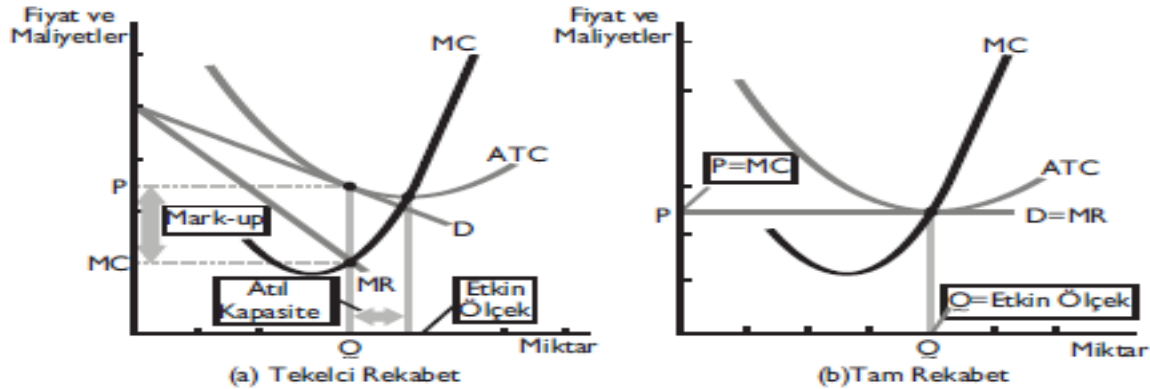
Tekelci rekabet piyasa türünde firmanın birçok rakibi vardır. Fakat farklı olarak bu piyasadaki rakipler, firma ile tamamen aynı olan bir ürünü satmazlar. Ürüne ikameler olmasına rağmen, bunlar tam ikame olmadığından talebin esnekliği tam rekabette olduğu kadar yüksek değildir. Bu nedenle tekelleci rekabetçi bir firmanın talep eğrisi yatay değil, azalan eğimlidir.

Tekelci Rekabet Piyasasında Fiyat ve Miktarın Belirlenmesi

Tekelci rekabet piyasasındaki her firma farklılaştırılmış bir ürün sattığından kendi ürünü üzerinde bir ölçüde tekelleci güce sahiptir. Bu nedenle tekel piyasasında olduğu gibi, azalan eğime sahip bir talep eğrisi ile karşı karşıyadır. Daha fazla ürün satmak için fiyatını düşürmek zorunda olduğundan gene azalan eğime sahip bir marjinal gelir eğrisi, talep eğrisinin altında yer alır.

Marjinal gelir (MR) ve Marjinal maliyet (MC) eğrilerinin kesiştikleri noktadaki üretim düzeyi, kârı maksimize eden üretim düzeyidir. Bu noktayı dikine bir doğru ile talep eğrisine birleştirirsek, kârı maksimize eden fiyat bulunur.

Tekelci Rekabette Kısa Dönem Dengesi



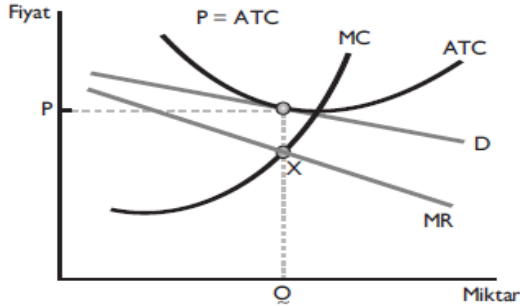
Şekil (a): Ortalama toplam maliyet eğrisi (ATC), kârı maksimize eden çıktı düzeyinde talep eğrisinin altında kalmıştır. Bu durumda birim maliyetler fiyattan düşük olduğundan firma şekilde görülen taralı dikdörtgenin alanı kadar kâr elde etmektedir.

Şekil (b): Ortalama toplam maliyet eğrisinin (ATC) tüm üretim düzeyleri için, talep eğrisinin üzerindedir. Bu durumda birim maliyetler, ürünün fiyatından daha yüksek olduğundan firma taralı alanın büyüklüğü kadar zarar eder. Ancak bu durumda, marjinal gelirinin marjinal maliyetine eşit olduğu düzeyde üretim yaparak, zararını minimize etmeye çalışır.

Tekelci Rekabette Uzun Dönem Dengesi

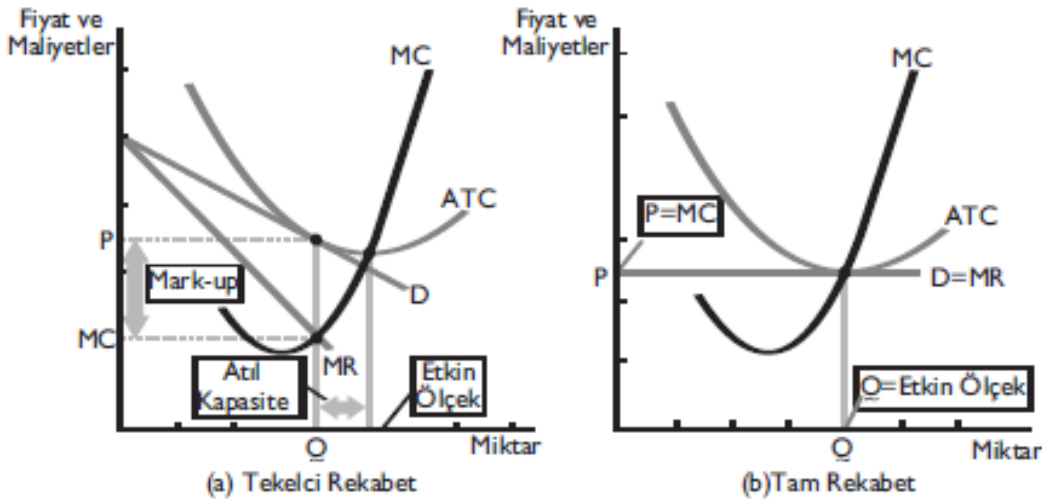
Tekelci rekabet piyasasında piyasaya giriş ve piyasadan çıkışla ilgili herhangi bir engel olmadığından kârın uzun dönemde de sürdürülmesi mümkün değildir. Rekabet nedeniyle uzun dönemde ekonomik kar sıfırlanır. Ancak bazı durumlarda firmalar rekabete rağmen, uzun dönemde de kârlılıklarını sürdürebilmektedir. Eğer kısa dönemde kâr eden bir firma ürününü tüketicilerin zihninde çok yükseğe konumlandırmışsa ve gerçekten farklı bir ürün olduğuna inandırmışsa, kârın cazibesine kapılarak piyasaya giren rakip firmalara rağmen uzun dönemde de kâr etmeye devam edebilir.

Ürünü diğer satıcıların ürünlerinden farklılaştırma çabaları ürünün fiyatındaki değişikliklerle yapılmıyorsa bunlara fiyat dışı rekabet unsurları denir. Reklam ve saygın bir marka ismi yaratmak ilk akla gelen fiyat dışı rekabet unsurlarındandır. Bu tür yöntemlerle firmalar ürünlerinin benzersiz olduğuna ve rakiplerinden daha farklı ve daha iyi bir ürün çıkardıklarına müşterilerini ikna etmeye çalışırlar. Eğer bu çabalarında başarılı olurlarsa, yakın ikameler üreten rakiplerine rağmen uzun dönemde kârlılıklarını sürdürebilirler.



Şekil 'de tekелci rekabet piyasasındaki bir firmanın uzun dönem dengesi gösterilmektedir. Uzun dönemde bireysel firmaya ait talep eğrisi (D), firmanın kârını maksimize eden üretim düzeyinde ortalama toplam maliyet eğrisine (ATC) teğet olur. Bu durumda birim maliyetler fiyata eşit olduğunda ekonomik kâr sıfırdır.

Tam Rekabet Piyasası ile Tekelci Rekabet Piyasasının Karşılaştırılması



- Tekelci rekabet piyasasında atıl kapasite ortaya çıkar, tam rekabet piyasasında ise etkin ölçek vardır.

Atıl kapasite: Firma etkin ölçeğin altında bir üretim gerçekleştiriyorsa atıl kapasite vardır.

Uzun dönemde tekелci rekabet piyasasındaki her firma, talep eğrisinin ortalama toplam maliyet eğrisine teğet olduğu noktada üretimini sürdürür.

Şekil a bölümünde bu noktadaki üretim miktarının ortalama toplam maliyeti minimize eden üretim miktarından daha düşüktür. Dolayısıyla tekелci rekabet piyasasındaki firmalar ortalama toplam maliyet eğrisinin azalan bölümünde üretimlerini gerçekleştirirler

Etkin ölçek: Ortalama toplam maliyeti minimize eden üretim miktarıdır.

Şekil b bölümünde tam rekabet piyasasında üretim, ortalama toplam maliyetin minimum olduğu noktada gerçekleşir. Ortalama toplam maliyeti minimize eden üretim miktarı firma için etkin üretim ölçeğidir.

- Tam rekabetçi bir firma için fiyat marjinal maliyete eşittir ($P = MC$). Tekelci rekabet piyasasında ise fiyat marjinal maliyetin üzerinde belirlenir ($P > MC$). Malların satış fiyatlarına marjinal maliyetler üzerine getirilen "ek" kısma **mark-up** adı verilmektedir.

Tam rekabet piyasasında fiyat marjinal maliyete eşit olduğundan satılacak ilave ürün firmanın kârını arttırmaz. Ancak tekelleri rekabet piyasasındaki bir firma her zaman mevcut fiyatla daha fazla ürün satmak isteyecektir. Çünkü fiyat marjinal maliyetin üzerinde belirlendiğinden satılan ilave ürünler daha fazla kâr anlamına gelir.

OLİGOPOL PİYASASI

Oligopol az sayıda büyük firmanın homojen ya da farklılaştırılmış ürünler ürettiği piyasa türüdür. Oligopol piyasasındaki firmalar benzer ürünler üreterek sadece fiyat üzerinden rekabet edebilecekleri gibi farklılaştırılmış ürünler üretilen ürün kalitesi, pazarlama gibi fiyat dışı alanlarda da rekabet edebilirler. Doğal ya da yasal engeller yeni firmaların piyasaya girmesini engellediğinden piyasada az sayıda firma yer almaktadır. Oligopol piyasasının en önemli özelliği; her firmanın fiyat, miktar, reklam harcamaları gibi konularda verdiği kararlarda rakiplerinin olası tepkilerini dikkate alma zorunluluğudur. Dolayısıyla oligopol piyasasındaki firmalar karşılıklı olarak birbirlerine bağımlıdır.

Oligopol piyasası ile günlük yaşamımızda da çok sık karşılaşırız. Örneğin cep telefonunuzda kullandığınız hat Turkcell, Avea, ya da Vodafone firmalarından birisine aittir.

Oligopol Piyasasının Varsayımları

- Piyasada az sayıda satıcı ve çok sayıda alıcı vardır. Varsayım gereği genellikle piyasadaki az sayıda firma karşılıklı olarak birbirleriyle bağımlılık içerisindedir. Piyasadaki her firma, kendi faaliyetlerinin diğer firmaları; diğer firmaların faaliyetlerinin de kendisini etkileyeceğini bilir. Firmalar arasındaki bu **karşılıklı bağımlılık** ilişkisi, oligopol piyasasının en önemli özelliğidir.

***Karşılıklı bağımlılık:** Her firmanın kârının sadece kendi fiyatına ve satış rakamlarına değil, diğer firmalarınkine de bağlı olmasıdır.

Örneğin Burger King reklam stratejisini belirlerken, McDonalds'ın nasıl bir karşılık vereceğini de dikkate alır.

- Firmalar homojen ya da farklılaştırılmış ürünler üretilen homojen bir ürünken; otomobil ise gene oligopolcü bir piyasa yapısının ürünü olan farklılaştırılmış bir üründür. Farklılaştırılmış ürünlerin yer aldığı oligopol piyasalarında (otomobil, otomobil lastiği, elektronik aletler, sigara,..... gibi) firmalar reklam kampanyaları ile desteklenen fiyat dışı rekabete girerler.
- Piyasaya girişi kısıtlayan önemli engeller vardır. Ölçek ekonomilerinin bu engeller arasında en önemlisi olduğu söylenebilir. Bu tür piyasalarda büyük ölçekte üretim gerçekleştirerek ölçek ekonomilerinden yararlanan genellikle üç dört tane büyük firma olur. Piyasaya yeni firmalar girse de bunlar pazardan ancak küçük paylar kapabilirler. Küçük ölçekteki bir üretimin maliyeti diğerlerine göre yüksek olacağından bu firmalar dayanamayıp bir süre sonra piyasadaki çıkmak zorunda kalırlar. Piyasaya girişi engelleyen bir başka faktör de bazı yatırımların büyük miktarda sermaye gerektirmesidir. Örneğin jet motoru, otomobil, petrol rafinerisi bu tür büyük yatırımlardan bazılarıdır. Yatırımı karşılayacak maddi kaynağı olmayan firmalar otomatik olarak engellenmiş olur. Bunun haricinde, patent hakları, önemli bir hammadde kaynağına sahip olma ve yasal engeller piyasaya girişi kısıtlayan diğer faktörlerdir. Hatırlayacağınız gibi, piyasaya girişi engelleyen bu faktörlerin çoğu, tekel piyasasında firmaların uzun dönemde de kâr etmesini sağlayan faktörlerdir.

Oligopol Modelleri

Oligopolcü davranış biçimini açıklayan tek bir model yoktur. Çünkü oligopolcü firma fiyat ve miktar stratejisini birçok değişik şekilde belirleyebilmektedir.

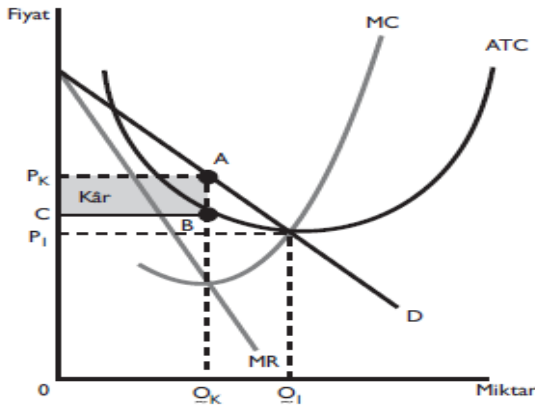
Oligopol piyasasındaki firmalar birbirine bağımlıdır. Bu nedenle oligopolcünün planı her zaman stratejik bir plan olmalıdır. Oligopolcü bir firma zamanının çoğunu rakiplerinin nasıl davranacağını tahmin etmeye çalışarak ve bu davranışlar karşısında kendi stratejisini belirleyerek geçirir.

Oligopolde fiyatın belirlenmesi, diğer piyasa türlerine göre daha karmaşıktır. Bunun en önemli nedeni ise firmalar arasındaki karşılıklı bağımlılıktır. Böyle bir bağımlılık ilişkisi içinde, belirleyici değişken, bir firmanın diğer firma veya firmaların kararlarına gösterdiği tepkidir.

❖ Kartel Teorisi

Kartel: Dahil olan firmaların elde ettikleri kârı arttırmak için, üretim miktarının azaltıldığı ve ürün fiyatlarının artırıldığı bir organizasyondur. Piyasadaki firmalar kartel oluşturup tekelleri firma gibi davranarak tekel piyasasının

sağladığı avantajlardan yararlanmak istemektedir. Örneğin günümüzde, en etkin olarak çalışan karteller arasında, petrol ihracatçısı ülkelerin oluşturduğu kartel olan OPEC gösterilebilir.



Firmalar bir araya gelerek endüstri kârını maksimize etmek için ürün fiyatını birlikte belirlerse, bundan kartele dahil olan tüm firmalar yararlanır.

Şekilde uzun dönem dengesinde olan bir endüstri gösterilmektedir. Denge fiyatı P_1 ve denge miktarı Q_1 olarak belirlenmiştir. Firmalar, fiyatın marjinal maliyete eşit olduğu üretim düzeyinde faaliyetlerini sürdürdüğü için ekonomik kâr sıfırdır.

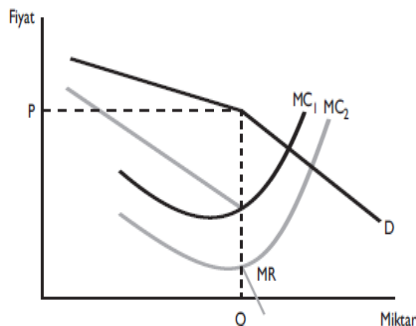
Endüstriyi oluşturan firmaların bir kartel oluşturarak üretim miktarını Q_K 'ya düşürdüklerini varsayalım. Yeni fiyat (Kartel fiyatı) P_K olur ve ABCPK dikdörtgeninin alanı kadar olan kâr karteli oluşturan firmalar arasında paylaşılır. Kartel öncesi kâr yokken, kartel sonrasında anlaşılan firmaların paylaşabilecekleri bir kâr ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla rekabet etmek yerine kartel oluşturup birlikte hareket etmek firmalar açısından cazip hale gelir. Her ne kadar kârlı da olsa karteli oluşturmak ve sürdürebilmek kolay bir iş değildir. Örneğin ABD gibi bazı ülkelerde kartel oluşturmak yasal olarak engellenmiştir.

Kartel oluşturmak ve karteli sürdürebilmek için firmaların karşılaşılabilecekleri sorunlar:

- ◆ **Kartel Oluşturma Sorunu:** Yasal olsa bile, endüstrideki firmaları bir araya getirip karteli oluşturmak maliyetli ve zordur. Çünkü kartelin tüm potansiyel üyeleri karteli oluşturma maliyetlerini diğer firmalara yükleyip kendisi sadece getirilerinden faydalanmak ister.
- ◆ **Kartel Politikası Geliştirme Sorunu:** Kartel oluşturulsa bile bir sonraki alfama kartelin politikasının belirlenmesidir. Örneğin kartel üyesi A firması tüm kartel üyelerinin üretimlerini %10 azaltmasını önerirken, B firması büyüklerin %15 küçüklerin ise %10 üretim kısıtlamasına gitmesini önerebilir. Kartelin üye sayısı arttıkça politika önerilerinin sayısı da artacaktır. Dolayısıyla fikir birliğine varmak her zaman kolay olmayabilir.
- ◆ **Endüstriye Yeni Firmaların Girmesi Sorunu:** Kartel üyeleri üretim miktarı ile ilgili fikir birliğine varıp endüstri kârını arttırdıklarında, bu yüksek kârlar endüstri dışındaki firmaları endüstriye girmeye teşvik eder. Eğer kartel üyeleri, yeni firmaların endüstriye girişini engelleyemezlerse kartel bir süre sonra dağılır.
- ◆ **Kartel Üyesi Bazı Firmaların Hile Yapması:** Her ne kadar kartelin oluşum aşamasında üye firmalar üretim miktarları konusunda anlaşmış olsa da, üyelerden bazıları yüksek fiyatın cazibesine kapılıp kârını daha da arttırmak için belirlenen üretim kotasına uymayabilir. Diğer firmalar bunu fark edip aynı yöntemi kendileri de uygularsa, başlangıçta belirlenen politikanın bir anlamı kaymayacağından kartel dağılır. Kartel başarılı bir şekilde oluşturulsa bile, uzun süre varlığını koruması çok güçtür.

❖ Dirsekli Talep Teorisi

Oligopol piyasasının en önemli özelliklerinden bir tanesi fiyat katılığıdır. Herhangi bir kartel anlaşması ya da başka şekilde bir genel fiyat düzeyi belirlendiğinde, uzun süre aynı seviyede kalır.



Oligopol piyasasındaki bu tür fiyat katılıkları bazen dirsekli talep teorisi ile açıklanır. Buna göre, bir firma fiyatı düşürdüğünde, diğer firmalar da pazar paylarını korumak için aynısını yaparak fiyatlarını düşürürler, ancak bir firma fiyatını arttırdığında diğer firmalar onu takip etmezler.

Şekil 'de görüldüğü gibi bireysel bir firmanın talep eğrisi mevcut fiyat miktar kombinasyonunda bir dirseğe sahiptir. Bu noktada firma Q birim üretim yapmakta ve bunu birim başına P fiyatından satmaktadır. Eğer

firma fiyatını düşürürse, rakipleri de fiyatları nı düşüreceklerinden, firmanın satışlarında çok küçük bir artış olur. Firmanın fiyatını arttırması durumunda ise, talep edilen miktar ve firmanın toplam hasılası önemli ölçüde azalacaktır. Çünkü rakipleri aynı şekilde fiyatlarını arttırmadığından, müşterilerini rakiplerine kaptırır. Dolayısıyla firmanın talep eğrisi P fiyat düzeyinin altında daha az esnekliktir.

Dirsekli talep eğrisinden dolayı firmanın marjinal gelir eğrisinin kesintiye uğradığı bir bölüm ile karşılaşırız. Aslında fiyat katılığına neden olan marjinal gelir eğrisindeki bu kesintidir. Nedenini ise şöyle açıklayabiliriz:

Firmalar kârlarını maksimize etmek için marjinal maliyetlerini marjinal gelire eşitliyorlardı. Marjinal maliyetteki bir değişim sonucunda ise $MC = MR$ koşulunun sağlandığı başka bir fiyat ve miktar ikilisi bulunuyordu. Ancak marjinal gelir eğrisindeki kesinti sonucunda, talep eğrisinin dirsek yaptığı noktadaki fiyat/miktar kombinasyonu, marjinal maliyet değişse de optimal olmayı sürdürür.

Şekil 'de görüldüğü gibi, firmanın marjinal maliyeti MC1 'den MC2 'ye artsa bile firmanın kârını maksimize eden çıktı düzeyinde ve fiyatta herhangi bir değişiklik olmaz. Dolayısıyla marjinal maliyetteki bu küçük değişikliklerin fiyat üzerinde bir etkisi yoktur. Sadece marjinal maliyetteki büyük değişiklikler fiyatı değiştirebilir.

❖ Fiyat Liderliği Teorisi

Oligopol piyasasında bulunan az sayıda firmanın fiyatları belirlerken işbirliği yaptıkları bir modeldir. Piyasada lider konumda olan firma fiyatı belirler ve diğer firmalarda bu fiyatı takip ederler. Lider firma genellikle endüstrideki en büyük firma ya da en etkin firma olur. Lider firmanın fiyatı belirlerken izlediği yöntemleri şöyle özetleyebiliriz:

Fiyat değişikliğini çok sık yapmazlar: Fiyat değişiklikleri her zaman takipçilerin lideri takip etmemesi riskini taşıdığından lider firma tarafından yapılan fiyat değişiklikleri çok sık olmaz. Lider firma talepteki ve maliyetteki günlük değişikliklere hemen tepki vermez. Fiyat ancak talep ve maliyet koşullarında önemli değişiklikler olduğunda değiştirilir. Örneğin endüstri çapındaki ücret artışları, vergilerdeki önemli artışlar, enerji gibi önemli girdilerdeki fiyat artışları, lider firmanın fiyatı değiştirmesine neden olabilir.

İletişim kurmak: Lider firmanın yöneticileri yaklaşan fiyat değişikliği öncesinde raporlarla ya da basın açıklamaları yoluyla toplumla ve diğer firmalarla iletişim kurmaya çalışırlar. Bu açıklamalarında neden fiyatı değiştirmek zorunda olduklarını anlatıp, takipçi firmaları da aynı şeyi uygulamaya ikna etme çabası içindedir.

Sınır Fiyatlama: Lider firma her zaman endüstri için kısa dönem kârlarını maksimize eden fiyatı seçmez, çünkü yeni firmaları piyasadan uzaklaştırmak ister. Eğer piyasaya yeni girecek firmalar için temel engel mevcut firmaların ölçek ekonomilerinden yararlanarak sağladıkları maliyet avantajı ise, lider firmanın ve takipçilerinin ürün fiyatını yeterince yüksek belirlemesi durumunda yeni firmalar bu engeli aşabilirler. Eğer fiyat çok yüksek belirlenmişse, küçük ölçeklerinden dolayı daha verimsiz çalışan firmalar ayakta kalıp büyüyebilirler. Dolayısıyla yeni rakiplerin cesaretini kırmak ve endüstrinin mevcut oligopolcü yapısını korumak için, fiyat lideri, fiyatı kısa dönem kârlarını maksimize eden düzeyin altında tutabilir. Bu şekilde yeni firmaların piyasaya girişlerini engelleyen fiyatlama stratejisine sınır fiyatlama adı verilmektedir.

PİYASA TÜRLERİNİN GENEL DEĞERLENDİRMESİ

Piyasa Türü	Firma Sayısı	Ürün Çeşidi	Piyasaya Giriş Engeli	Uzun Dönemde P ve ATC
Tam Rekabet	Birçok	Homojen	Yok	$P = ATC$ (Sıfır ekonomik kâr)
Tekel	Tek	Tek	Var	$P > ATC$ (Pozitif ekonomik kâr olasılığı)
Tekelci Rekabet	Birçok	Farklılaştırılmış	Yok	$P = ATC$ (Sıfır ekonomik kâr)
Oligopol	Az	Homojen ya da Farklılaştırılmış	Var	$P > ATC$ (Pozitif ekonomik kâr)

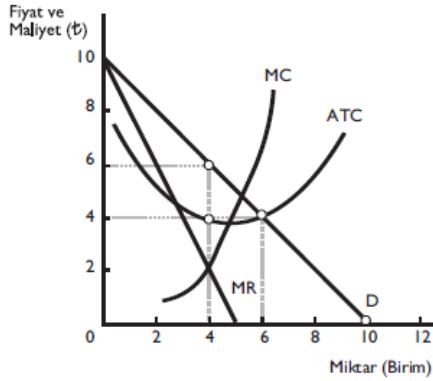
7. ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR

1. Tekelci bir firma ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- a. Kârı değil geliri maksimize eder
- b. Kısa dönem sabit maliyetleri yoktur
- c. Azalan eğimli bir talep eğrisi ile karşı karşıyadır
- d. Fiyatı veri olarak kabul eder
- e. Marjinal Gelir eğrisi talep eğrisi ile aynıdır

2. Tekelci bir firma için talep esnek olduğunda marjinal gelir, talep inelastik olduğunda marjinal gelir olur.

- a. pozitif, negatif
- b. negatif pozitif
- c. pozitif, pozitif
- d. negatif, negatif
- e. hesaplanamaz, pozitif



3.

Şekilde teknelci bir firmaya ait talep ve maliyet eğrileri verilmektedir. Buna göre kârı maksimize eden üretim ve fiyat düzeyi aşağıdakilerden hangisidir?

- a. 6 birim, 4 TL
- b. 4 birim, 6 TL
- c. 4 birim, 4 TL
- d. 8 birim, 6 TL
- e. 10 birim, 10 TL

4. Şekle göre teknelcinin toplam ekonomik kârı aşağıdakilerden hangisidir?

- a. 24 TL
- b. 16 TL
- c. 4 TL
- d. 10 TL
- e. 8 TL

5. Aşağıdakilerden hangisi teknelci rekabet piyasasının özelliklerinden değildir?

- a. Piyasada birçok alıcı ve satıcı vardır
- b. Piyasadaki her firma farklılaştırılmış bir ürün satmaktadır
- c. Piyasaya giriş ve piyasadan çıkış kolaydır.
- d. Firmaların karşı karşıya olduğu talep eğrisi yataydır
- e. Kısa dönemde firmaların kâr ya da zarar etmesi mümkündür

6. Teknelci rekabet piyasasındaki atıl kapasitenin nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Azalan eğimli talep eğrisi
- b. Ürünlerin homojen olması
- c. Birim maliyetlerin yüksekliği
- d. Talep eğrisinin yatay olması
- e. Marjinal maliyetin belirlenememesi

7. Teknelci rekabet piyasasında malların satış fiyatlarına marjinal maliyetler üzerine getirilen ek kısma ne ad verilir?

- a. atıl kapasite
- b. vergi
- c. mark-up
- d. fiyat farklılaştırması
- e. tüketici artığı

8. Az sayıda büyük firmanın homojen ya da farklılaştırılmış ürünler ürettiği piyasa türüne ne ad verilir?

- a. Tekel
- b. Oligopol
- c. Teknelci Rekabet
- d. Tam Rekabet
- e. Karma piyasa

9. Oligopol piyasasında fiyat katılıklarını açıklamak için hangi teori kullanılır?

- a. Kartel Teorisi
- b. Fiyat Liderliği Teorisi
- c. Fiyat Farklılaştırması Teorisi
- d. Ürün Farklılaştırması Teorisi
- e. Dirsekli talep teorisi

10. Firmaların elde ettikleri kârı arttırmak amacıyla, üretim miktarının azaltılıp, ürün fiyatının artırıldığı organizasyona ne ad verilir?

- a. Oligopol
- b. Kooperatif
- c. Kartel
- d. Teknelci Rekabet
- e. Fiyat Liderliği

ÜNİTE 8

KAMUSAL (SOSYAL) MALLAR, DIŞSALLIKLAR, ASİMETRİK BİLGİ VE SOSYAL TERCİH

PİYASA BAŞARISIZLIKLARI

Piyasa başarısızlığı: Bir piyasanın ya da piyasa sisteminin mal ve hizmetleri ya bütünüyle ya da ekonomik olarak optimal bir biçimde sağlamadaki yetersizliği.

Pigoucu açıdan piyasa başarısızlığı, belirli bir mal ya da hizmet için marjinal sosyal maliyetlerin marjinal sosyal faydalarla bir olmadığı zaman meydana gelir.

Piyasaların başarısız olduğu hallerde devletin piyasalara müdahale etmesi ve piyasanın başarısızlığına yol açan nedenleri ortadan kaldırması gerekir. Piyasa başarısızlıklarının nedenleri arasında eksik rekabet, kamusal mallar, dışsallıklar, asimetrik bilgi gibi hususlar söz konusudur.

KAMUSAL (SOSYAL) MALLAR

Ekonomide malları iki temel özelliğe göre sınıflandırabiliriz: Dışlanabilirlik ve tüketimde rakiplik.

Dışlanabilirlik, malın parasını ödemeyen kişinin tüketimi, malı arz eden kişi tarafından engellenebileceği anlamına gelir.

***Tüketimde rakiplik** ise malın aynı birimi aynı anda birden fazla kişi tarafından tüketilememesidir. Örneğin bir külah dondurma her iki özelliğe haiz bir maldır. Ücretini ödemedi bir külah dondurma satın alamayız ve bir kişi bir külah dondurma yerse başka birisi aynı dondurmaya yiyemez. Bu yüzden bir külah dondurma tüketimde rakiptir. Ekonomide malların çoğu, bir külah dondurma gibi özel mallardır ve kişisel fayda sağlar.

Bir mal hem dışlanabilme hem de tüketimde rakiplik özelliklerine sahipse **özel mal** olarak isimlendirilir. Bir başka deyişle; özel mallar sadece satın alan için fayda sağlayan mallardır. Bir külah dondurma bir özel mal örneğidir. Benzer şekilde bir bireyin karnı acıktığında Mc Donalds'a gidip bir hamburger yediğinde karnını doyurur ve ihtiyacını karşılar. Bu durumda sadece o kişinin karnı doyar ve satın alan kişiye fayda sağlar.

Ortak kaynaklar, tüketimde rakip, ancak dışlanamazlar. Ortak bir kaynağın bir birimi sadece bir kere kullanılabilir, fakat kimse var olanı tüketmekten men edilemez. Örneğin, Karadeniz kıyısındaki balık tutma yerleri gibi. Birinin tuttuğu balığı bir başkası tutamayacağından bunlar rakiptir. İnsanları bu balıkları avlamaktan men etmek zor olduğundan aynı zamanda dışlanamazdır.

Doğal tekeller (Yapay kıt mallar) ise dışlanabilen fakat tüketimde rakipsiz olan maldır. Örneğin; internet, kablolu TV yayınları. İnsanlara kablolu TV izleme izni verilmesinin topluma marjinal maliyeti sıfırdır. Çünkü bir kişinin kablolu TV izlemesi başka bir kişinin izlemesini engellemez. Fakat kablolu TV yayını yapan şirketler ödeme yapmayan kişilerin izlemesini engellemektedir.

Her iki özellikte yoksa yani malı kullanmak için ödeme yapmak gerekmiyor ve aynı anda birçok kişi kullanabiliyorsa, mal kamusal maldır. **Kamu malları** ne dışlanabilir ne de tüketimde rakiptir.

Dışlanamamazlık özelliği, malın parasını ödemeyen kişinin tüketimi malı arz eden tarafından engellenememesi anlamına gelir. Tüketimde rakipsizlik özelliği ise birden fazla kişi aynı anda bir malın aynı birimini tüketmesidir. Yani, insanların kamu malını kullanımı önlenemez, kamu malını bir kişinin kullanımı, başka kişilerin kamu malını kullanabilme yeteneğini azaltmaz.

Kamu mallarının özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Kamu mal ve hizmetleri bölünemez, pazarlanamaz ve fiyatlandırılmaz.
- Kamu malları kolektif yapıda olduğundan toplumsal ihtiyaçları karşılamaya yöneliktir. Bu mal ve hizmetlerin ortak bir gereksinimi olduğundan tüketimleri de ortak bir şekilde yapılır. Vergisini ödeyen veya ödemeyen herkes bu mal ve hizmetlerin faydasından ortak ve eşit bir şekilde yararlanma hakkına sahiptir.
- Kamusal mallardan yararlanmaktan kimse dışlanamadığı için bu mal ve hizmetlerin tüketimlerinde rekabet yoktur. Bu mal ve hizmetlerden bir kişinin yararlanması diğer kişilerin yararlanmasına engel değildir. Örneğin, oturduğunuz evin

sokağındaki elektrik lambasından yayılan ışıktan sadece siz değil, o sokaktan geçenler veya o sokakta ikamet edenlerde yararlanır.

- Kamu malları devlet tarafından üretilirler ve piyasa konusu olamazlar. Bireysel talep söz konusu değildir. Bu nedenle bu mal ve hizmetlerin üretimi devlet tarafından gerçekleştirilir.
- Kamusal malların üretimi ile ilgili kararların alınış biçimi özel mallara göre farklılık gösterir, kamusal finansman gerektirmektedir, pozitif dışsallığı özel mallara göre daha büyüktür, bu mal ve hizmetlerden bedava yararlanılabilir.

Tüketimde Rakip		
	Evet	Hayır
	Özel Mallar	Doğal Tekeller
Evet	• Bir külah dondurma • Elbise • Ev, Araba	• İnternet • Kablolı TV • Bilgisayar programları
Dışlanabilir	Ortak kaynaklar	Kamu malları
Hayır	• Temiz su • Doğal parklar • Denizde balıkçılık	• Ulusal Savunma • Adalet • Hava trafik kontrolü

- Kamusal malların kullanımı sonucunda sağlanan fayda birimlere bölünemez, bu yüzden bunlara karşı bir talep doğmaz ve bunlar için bir piyasa fiyatı oluşmaz. Bu durumun sonucu olarak kamusal malların tüketiminde rakip olmama durumu ortaya çıkmakta ve kamusal malı tüketen bir kişi aynı maldan diğerinin de aynı oranda faydalanmasına engel olmamaktadır. Örneğin, ulusal savunma tüm vatandaşlara fayda sağlar. Ulusal savunma hizmetinin avantajını elde eden kişi, başka birinin de bu hizmetten yararlanmasını engelleyemez.
- Kamusal mal üretildikten sonra, malın faydasını belli kişilerle sınırlandırmak imkansızdır. Kişiler ödemede bulunsun ya da bulunmasın kamusal malın tüketiminden fayda sağlayacaktır. Belediyelerin kanalizasyon sistemleri örneğinde olduğu gibi.
- Kamu malları dışlanamaz özelliğindedir. Kamu malı herkesin kullanması için sunulduğundan ve hiç kimsenin ondan yararlanmasından men edilemediğinden hiç kimse kendine düşen maliyet payını ödemek için gönüllü değildir. Herkes bedava kullanmak için isteklidir. Buna ***bedavacılık sorunu** adı verilir. Bedavacılık, bir kişinin kamu malından fayda elde etmesine karşın kamu malının finansmanında herhangi bir maliyet yüklenmekten kaçınması anlamına gelir. Kamusal mallar bedavacılık sorunu yaratırlar. Çünkü kişinin tüketebildiği mal miktarı, malın bedelini ödeyen kişi miktarından etkilenmez. Bedavacı sorunu piyasanın kamu malının etkin olmayan küçük bir miktarını sağlamasıdır. Tüketiciler artan üretimden fayda sağlasalar bile hiç kimse daha fazla ödemeye yanaşmamakta ve bu nedenle de hiçbir üretici malı arz etmemektedir. Sonuç olarak piyasa ekonomisinde dışlanamayan mallar etkinsiz biçimde daha az üretilmektedir.

Bir Kamu Malının Etkin Sunumu

Diğer mallarda olduğu gibi, bir kamu malı da ilave her birimin marjinal faydası, bu birimin marjinal maliyeti kadar olduğu sürece arz edilmelidir. Bir kamu malının marjinal maliyeti, o malı üretmek için kullanılan ekonomik kaynakların başka bir mal üretiminde kullanımı karşısındaki fırsat maliyetidir. Kamu malları birbirine rakip olmayan mallar olduğu için, birçok tüketici ilave bir birim malın faydasından yararlanabilir. Marjinal fayda bu yüzden ek bir birim maldan fayda sağlayan insanların faydalarının toplamıdır.

Marjinal fayda marjinal maliyete eşit olduğunda etkinlik sağlanır. Özel mallarda marjinal fayda tüketicilerin elde ettiği fayda yoluyla ölçülür. Kamu mallarında ise çıktının ilave biriminin her bir kişiye faydasının ne kadar olduğu bilinmelidir. Marjinal fayda malı kullanan bütün insanlar için bu faydalar eklenerek elde edilir. Bir kamu malının etkin üretim seviyesini belirlemek için üretimin marjinal maliyetinin, bunların marjinal faydaları toplamına eşitlenmesi zorunludur.

Marjinal sosyal fayda: Kamusal maldan fayda sağlayan her bireyin marjinal faydalarının toplamıdır. Üretimi, marjinal sosyal fayda ile marjinal maliyet eşit olana kadar gerçekleştirmek ekonomik olarak etkin olacaktır. Kamusal malların etkin çıktı düzeyi marjinal sosyal fayda eğrisi ile marjinal maliyet eğrisinin kesiştiği noktada belirlenir.

Fayda-Maliyet Analizi

Fayda-maliyet analizi: Hükümetlerin kamu malları sunumunun sosyal maliyetlerini ve sosyal faydalarını tahmin ederken kullanılan bir kıstastır.

Kamu malını arz etmenin maliyetini tahmin etmek kolaydır. Kamu malının faydasını tahmin etmek ise zordur.

Fayda-maliyet analizi, yol yapımı gibi kamu yatırım harcamalarının değerlendirilmesinde kullanılan bir yöntemdir.

DIŞSALLIKLAR

Dışsallık: Bir ekonomik birimin (alıcı veya satıcı) gerçekleştirdiği üretim veya tüketim faaliyeti sonucunda, başka ekonomik birimlerin bundan olumlu veya olumsuz etkilenmeleridir.

Stiglitz'e göre, bir bireyin ya da firmanın, diğer birey ve firmaları etkilediği, bir firmanın diğer firmalar üzerinde maliyet yüklediği ancak, onların zararını telafi etmediği; ya da alternatif olarak, bir firmanın diğerlerine bir fayda sağladığı, ancak, bu faydanın karşılığını alamadığı gibi durumlar dışsallıkları ifade eder. Dışsallıklar sonucu ortaya çıkan etkiler genellikle ekonomik birimlerin bilgisi, isteği veya amacı dışında gerçekleşmektedir.

Dışsallıkların oluşması için zarar ya da faydanın başkalarını doğrudan etkilemesi gerekir.

Dışsallıklar, üreticiler arasında, tüketiciler arasında veya tüketiciler ve üreticiler arasında ortaya çıkabilir. Bir birimin davranışı, bir başka birimin üstüne maliyet yüklediğinde **dışsallıklar negatiftir** veya bir birimin davranışı bir başka birime fayda sağladığında **dışsallıklar pozitifdir**.

Dışsallıklar söz konusu olduğunda üreticiler ve tüketiciler sosyal optimum noktasında gerçekleşmesi gereken denge fiyatından saptırılmış farklı nispi fiyatlarla karşı karşıya kalır. Dışsal maliyet halinde sosyal optimumdan fazla, dışsal fayda halinde ise sosyal optimumun altında üretim ve tüketim faaliyetini sürdürür.

Negatif Dışsallıklar

Negatif dışsallık: Özel tüketim ve üretim faaliyetlerinin tüketici veya üretici tarafından ödenmeyen maliyetleridir.

Negatif dışsallık ekonomik birimlerin faaliyetlerinin diğer birimlere maliyet yüklemesi ve bu maliyeti yüklenenlere faaliyeti gerçekleştiren tarafından ödemedi bulunulmaması durumunda ortaya çıkar.

Negatif dışsallıklara çevre kirliliği olaylarında sıkça rastlanmaktadır. Çevre kirliliğini tamamen ortadan kaldırmak söz konusu olamayacağından, az çevre kirliliği bize yararlı mal ve hizmetler sunmanın bir bedeli olarak kabul edilebilen bir husustur. Toplum için ne miktarda çevre kirliliğine izin verilmelidir? Bu soruyu cevaplandırabilmek için kirliliğin marjinal maliyeti ile marjinal faydasının karşılaştırılması gerekir.

Kirlilikten kaynaklanan negatif dışsallıkları incelemek için üretimin özel maliyeti ile sosyal maliyetini birbirinden ayırmak gerekir. Üretimin özel maliyeti bir mal veya hizmetin üreticisi tarafından karşılanan maliyettir. Marjinal özel maliyet (MC) bir mal veya hizmetten ek bir birim daha üretmenin o mal veya hizmetin üreticisi tarafından karşılanan maliyettir. **Marjinal dışsal maliyet** ise bir mal veya hizmetten bir ek birim üretmenin üreticinin kendi dışındakilere yüklediği maliyettir. **Marjinal sosyal maliyet(MSC)**, üreticiler ve üzerlerine maliyet yüklenen birimler tarafından maruz kalınan marjinal maliyettir. Marjinal sosyal maliyet(MSC), marjinal özel maliyet ve marjinal dışsal maliyetin toplamıdır.

Burada vergi kullanımı **dışsallığın içselleştirilmesi** olarak adlandırılır.

Dışsallığın içselleştirilmesi: Dışsallıklar durumunda alınacak önlemlerle piyasadaki alıcı ve satıcıların, eylemlerinin sonuçlarını hesaba katmalarıdır.

Pozitif Dışsallıklar

Pozitif dışsallık: Bir malı veya hizmeti satın alan veya satanların yanında üçüncü kişilerin de fayda elde etmesidir.

Pozitif dışsallıklara ait önemli bir örnek eğitim hizmetleridir. Eğitim, verimlilik artışı, daha bilinçli seçmenlerin oluşması, suç oranlarında düşme, sosyal ve kültürel kalkınma, teknolojik gelişmelerin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına da yol açar. Dolayısıyla eğitim toplum açısından pozitif dışsallıklar yaratan bir faaliyettir.

Marjinal özel fayda: Bir malın tüketicisinin malın ek bir biriminden elde ettiği faydadır.

Marjinal dışsal fayda: Tüketici dışındaki bir başkasının malın ek biriminden elde ettiği faydadır.

Marjinal sosyal fayda da toplumun sağladığı faydadır. Marjinal sosyal fayda, marjinal özel fayda ve marjinal dışsal faydanın toplamına eşittir.

Dışsallığa Karşı Çözümler

Negatif dışsallık piyasaları sosyal gereklilikten daha büyük bir miktarda üretime, pozitif dışsallıklar ise sosyal gereklilikten daha küçük bir miktarda üretime yol açmaktadır. Devlet sorunu çözmek için negatif dışsallık doğuran malları vergilendirerek ve pozitif dışsallık doğuran malları da ikame ederek dışsallıkları içselleştirebilir.

Negatif ve pozitif dışsallıklar nedeniyle meydana gelen aksaklıkları gidermede piyasa mekanizması yeterli değildir. Bu nedenle devlet piyasa başarısızlıklarını gidermek için doğrudan düzenlemeler, vergi ve sübvansiyon gibi araçları kullanır. Bazı durumlarda dışsallıklar devlet müdahalesi olmadan pazarlıklar ve müzakereler yoluyla içselleştirilirken; bazı diğer durumlarda da devlet müdahaleleri ile dışsallıklar sorununun çözülmesi gerekli olur. Malların marjinal özel faydası veya maliyetinin ayarlanması bir dışsallığın içselleştirilmesini ifade eder. Pozitif dışsallıkta, dışsallığı içselleştirmek için marjinal dışsal fayda marjinal özel faydaya eklenir.

Negatif dışsallık durumunda ise içselleştirme için marjinal dışsal maliyet marjinal özel maliyete eklenir. Dışsallığı içselleştirmek fiyatlardaki değişimlerle sonuçlanır ve içselleştirme dışsallığının marjinal değerinin fiyatlandırıldığı anlamına da gelir.

Dışsallıklar Sorunu Çözümü: Devlet Müdahaleleri

Doğrudan Düzenlemeler

Devlet dışsallıkların varlığı durumunda bazı önlemlerin alınmasını yasalarla zorunlu hale getirerek sorunu çözümlmeye çalışabilir. Örneğin, devlet firmaların zehirli kimyasal atıkları nehre akıtmasını yasalarla suç sayabilir. Böylece tamamen yasaklanması ve uygulamanın denetim altına alınması sağlanmış olur. Devletin bazı alanlarda sorunu çözmesi kolay değildir. Örneğin, egsoz gazlarının yol açtığı hava kirliliği, fabrikaların havaya bıraktıkları zehirli toksitler. Bu gibi durumlarda kirliliği tümünden önlemek yerine toplum açısından fayda ve maliyetlerini karşılaştırarak ne miktarda kirliliğe izin verileceğinin belirlenmesi gerekir. Bu amaçla devlet, çevre için kirlilik standartları koyarak ve denetlemeler yoluyla bu standartlara uyulmasını sağlar. Çevre kirliliğine yol açan etmenlere miktar sınırlamaları getirerek, uymayanlara cezai müeyyedeler uygular.

Dışsal Maliyetlerin Varlığında Hükümet Müdahaleleri: Vergiler

Dışsallıkların giderilmesinde vergilerin kullanılmasının nedeni, sosyal maliyetler ile özel maliyetler ve sosyal fayda ile özel fayda arasında ortaya çıkan bir farkın giderilmesi gerektiğidir. Negatif dışsallıklar durumunda devlet negatif dışsallığın söz konusu olduğu mala vergi uygulayarak üretimin optimal düzeyde olmasını sağlayabilir. Bu amaçla kullanılan vergilere **Pigoucu Vergiler** denir. Pigoucu vergi, bir kirleticinin marjinal zarara eşit miktarda çıktısının her biriminden alınan vergidir. Vergi yoluyla önleme durumunda havaya veya suya bırakılan kirleticiler maddelerin birim miktarı başına bir vergi alınması söz konusudur. Böylece kirliliğin istenen düzeyde gerçekleşmesi sağlanabilir.

Pigou tipi vergilerin ayırt edici özelliklerini şu noktalar etrafında belirleyebiliriz:

- Birincisi; pigou tipi vergiler, sosyal maliyeti yansıtmak için kirliliğin fiyatını artırarak kirleticilerin, faaliyetlerinin özel ve sosyal maliyetleriyle karşılaşmalarını sağlar.
- İkincisi; bu tip vergiler yoluyla çevre politikasının maliyetleri azaltılabilir.
- Üçüncü olarak, çevre koruması için vergiler, devlet bütçesine bir gelir kaynağı sağlayabilir.

Dışsal Faydaların Varlığında Hükümet Müdahaleleri: Sübvansiyonlar

Dışsallıkların giderilmesinde sübvansiyonların kullanılmasının amacı, tüketici veya üretici tarafından yapılan ödemelerde azalma sağlamaktır. Sübvansiyonları devletin özel üreticilere bir ödemesi olarak da ifade edebiliriz.

Dışsallıklar Sorununa Özel Çözüm: Tarafların Anlaşması

Bazı durumlarda dışsallık sorunu, devlet müdahalelerine gerek kalmaksızın, ilgili taraflar arasındaki anlaşma veya sözleşmelerle çözümlenebilir. 1960'larda Ronald Coase isimli iktisatçı, dışsallıklar meydana geldiğinde, tarafların mevcut

dışsallığı içselleştirmek ve etkinliği sağlamak üzere hükümet müdahalesi gerektirmeden, tarafların bir araya gelerek karşılıklı anlaşmalar ile çözümlenebileceğini önermiştir. Bir başka ifade ile piyasa işlemlerinin etkinlikten uzaklaşması halinde, karar birimlerinin aralarında bir pazarlık süreci oluşturarak etkinlik koşullarını yeniden sağlayabileceklerini ve bunun içinde mülkiyet haklarının belirlenmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Bu önerme **Coase Teoremi** olarak anılır.

Coase Teoremi: Belli koşullar altında negatif veya pozitif dışsallıkların varlığında devlet müdahalesi gerektirmeden özel taraflar arasında etkin çözümün sağlanmasıdır.

Coase çözümünün işleyebilmesi için su koşulların sağlanması gerekmektedir:

- Birincisi, Dışsallık sorununu doğuran mal veya hizmet üzerinde tarafların mülkiyet haklarının bulunması tam olarak anlaşılmalıdır.
- İkincisi, müzakere için hiçbir engel olmamalıdır.
- Üçüncü olarak, işlemin sınırlı sayıda kişiyi ilgilendirmesi ve pazarlık (işlem) giderlerinin aşırı derecede yüksek olmaması gerekir.

ASİMETRİK BİLGİ

Asimetrik Bilgi: Bir işlemin taraflarından birinin işleme ilişkin diğer tarafın sahip olmadığı bir bilgiye sahip olma durumu olur.

Asimetrik bilgi konusunun iktisat literatüründe yaygınlık kazanmasında George Akerlof'un 1970 yılındaki "The Market For Lemons" adlı makalesinin önemli katkısı olmuştur.

George Akerlof makalesinde asimetrik bilgi konusu açıklarken ikinci el araba piyasasını iyiler ve limonlar olmak üzere ikiye ayırmıştır. Piyasadaki bir otomobil hakkında da en kapsamlı bilgi sahibine aittir. Dolayısıyla aracın ikinci el piyasa da satılması esnasında araç sahibi tam bilgili, aracı talep eden ise eksik bilgiye sahip olacaktır. Bu varsayımlar altında aracın piyasadaki değerine göre aracı talep edenler ortalama bir fiyat teklifinde bulunacaklardır. Sonuç olarak limon araç sahipleri araçlarını ellerinden çıkarmaya çalışacak fakat iyi araç sahipleri ise teklif edilen düşük fiyata razı olmayacakları için araçlarını piyasada satmaktan vazgeçeceklerdir. Bu durumda, piyasaya gelen alıcılar eksik bilgilerinden dolayı aslında limon olan otomobillere ortalama otomobil değeri kadar teklifte bulunacaklar, bu da piyasanın alıcı aleyhine bir şekilde etkinlikten uzaklaşması anlamına gelecektir ve zamanla durumun farkına varan alıcılar da piyasadan çekileceklerdir. Günümüzde asimetrik bilgi konusuna otomobil piyasasının yanı sıra işgücü, finans ve bankacılık, sigorta, menkul kıymetler, sağlık, cep telefonu vb. daha birçok piyasada sık sık rastlanmaktadır. Bu durumun olduğu piyasalarda tersine seçim veya ahlaki tehlike durumu ile karşılaşmaktadır.

Ters Seçim

Ters seçim: Asimetrik bilgi sorunu nedeniyle yüksek kaliteli ürünler veya yüksek kaliteli tüketicilerin niteliklerini gösteremedikleri için piyasalardan dışlanmaları durumudur. Sözleşme öncesinde ortaya çıkar.

Bir firmanın yeni işe aldığı bir işçinin yetenekleri konusunda işçiden daha az bilgiye sahip olması, ikinci el (kullanılmış) araba piyasasındaki bir satıcının arabanın niteliği konusunda alıcılardan daha fazla bilgiye sahip olması, bir otomobil sigorta şirketinin sigortaladığı kişinin sürücülük yeteneği konusunda o kişiden daha az bilgiye sahip olması ters seçime örnek olarak gösterilebilir.

"Ters seçim" kavramı ilk defa sigortacılık sektöründe kullanılmıştır.

Akerlof ters seçimin oluşabilmesi için dört koşulun oluşması gerektiğini ifade etmektedir. Bunlar; satış anında taraflardan birisi malın kalitesi hakkında daha fazla bilgiye sahip olmalı, hem alıcı hem de satıcı kaliteyi değerlendirebilmeli, fiyatı belirleyen daha fazla bilgiye sahip olan taraf olmamalı ve garantinin verilmesi veya iyi bir ürüne sahip olmak kaliteye ilişkin belirsizliği tamamen ortadan kaldırmamalıdır.

Ahlaki Tehlike

Ahlaki tehlike; sözleşmeden sonra oluşan, Sözleşme yapan taraflardan birinin, diğer taraf aleyhine sözleşmeden yarar sağlayacak biçimde davranış değiştirmesi sonucu ortaya çıkan durumdur.

Ters seçim ve ahlaki tehlike günlük ekonomik işlemlerde sık sık karşılaşılan bir durumdur. Sonuçta ters seçim gibi ahlaki tehlike de etkinliği bozan bir durumdur. Bunun nedeni ahlaki tehlikenin özel ve sosyal faydaların ve maliyetlerin farklılaşmasına yol açmasıdır.

SOSYAL TERCİH

Sosyal Tercih: Toplumun istediğine göre karar vermesi sorunu olarak ifade edilir.

Bir toplum, her biri değişik tercihler kümesine sahip bireylerden oluşur. Devlette toplumun ihtiyaçlarına göre istediği malları sunar. Burada toplumun ne istediği sosyal tercih sorununu belirler. Sosyal tercih sorunu, bireysel tercihlerin birbiri ile toplanmasıdır. Sosyal tercih sorunu ortaya konulurken politika yapıcıların ve kamu çalışanlarında dikkate alınması gerekir.

Günümüzde toplumlar tercihlerini kararlaştırırken ve sosyal tercihlerini belirlerken seçim sürecini kullanırlar. Toplumu oluşturan bireylerin her birinin oyu aynı olmadığı için, sosyal tercihler belirlenirken genellikle kullanılan mekanizma çoğunluk kuralıdır. Ancak bu mekanizma da mükemmel değildir. Çoğunluk mekanizması bazı problemlerin ortaya çıkmasına neden olur. Çoğunluk kuralı diğer yandan siyasi yandaşlığa neden olabilir. Bu yüzden sosyal tercihlerin belirlenmesini tam olarak karşılamayabilir. Toplumun ihtiyaçlarına göre sosyal tercihler belirlenirken, sosyal tercihlerin fayda ve maliyetleri karşılaştırılarak toplum açısından en rasyonel olanın seçilmesi gerekir.

DEVLET VE PİYASA

Devlet ve piyasa faaliyetleri, değişik biçimlerde birbirini tamamlamaktadır. Bir taraftan, çeşitli yasaları, vergileri ve genel harcamaları kullanarak devlet, özel kesimin davranışlarını değiştirmekte; diğer taraftan da ya pasif bir sınırlandırma olarak ya da aktif bir biçimde iktisadî gücünü kullanarak, özel kesim, kamu politikalarını etkilemeye çalışmaktadır.

Devlet ve piyasa ilişkilerinde piyasanın çeşitli aksaklıklarından dolayı devlet ekonomide etkin bir şekilde rol oynamakta ve önemli fonksiyonları yerine getirmektedir. Bu fonksiyonlardan bazıları; kaynak dağılımında etkinliği sağlamak, milli geliri yeniden dağıtmak, temel ekonomik hedefler olan düşük işsizlik, fiyat istikrarı, ekonomik büyüme ve kalkınma da piyasaya yardımcı olmak, bölgesel dengesizliklerle mücadele etmek, vb. sayılabilir. Diğer taraftan devletin temel görevlerini yerine getirmede de piyasaya önemli görevler düşmektedir. Örneğin; eğitim, sağlık, güvenlik, temel kamu hizmetleri, vb. alanlarda özel sektörün hâkimiyet alanının her geçen yıl artması, vb. gösterilebilir.

Tarihsel süreç içerisinde devlet - piyasa ilişkilerinin değişmesinde en önemli gelişme 1929 yılındaki büyük bunalımdır. Büyük bunalımla birlikte devletin ekonomideki rolü değişmiştir. Sadece tam kamusal mal ve hizmet üretiminde değil yarı kamusal, özel, erdemli, kulüp mal ve hizmet üretiminde de kamu sektörünün payı artmıştır. Özellikle 1960'lı yıllardan sonra ortaya çıkan **sosyal refah devleti anlayışı** piyasa-devlet ilişkisinde ekonominin devletin lehine büyümesine neden olmuştur. Bu anlayışla birlikte insanların devletten beklentilerinde önemli boyutta değişiklikler meydana gelmiştir. Devlet kuralları koyan ve piyasayı serbest bırakan bir aktör olmaktan ziyade aktif iktisat ve maliye politikası ile ekonomide etkin bir şekilde rol oynamaya başlamış ve üretmiş olduğu mal ve hizmetlerle de beklentilere cevap vermeye çalışmıştır. Yapılan tartışmalar kamu sektörünün varlık nedeninden veya başarısızlık teorisinden ziyade gerek piyasanın gerek insanların beklentilerini ne düzeyde karşılayabildiği veya karşılayabileceği yönünde yoğunlaşmıştır.

İktisat biliminde 1930'lu yıllardan sonra en çok tartışılan konuların başında piyasa başarısızlıkları ve bu başarısızlıklara çözüm arayışları gelse de 1960'lı yıllardan sonra kamu kesimi başarısızlığı teorisi ön plana çıkmıştır. 2000'li yıllara doğru gelindiğinde gerek kamu sektörü gerekse piyasa ekonomide birbirlerini tamamlayan ve her alanda birbirlerine ihtiyaç duyan aktörler haline gelmiştir. Her ne kadar birçok ülkede milli gelirin büyük bir bölümü piyasa eliyle yaratılmış olsa da bu pay kamu sektörü lehine değişmektedir.

Aslında 1960'lardan sonra ortaya çıkan devlet veya kamu sektörü başarısızlığı yaklaşımı 1930'dan önceki yaklaşımla paralellik göstermekle birlikte gelişen ekonomik koşullar farklı yaklaşımların doğmasını da beraberinde getirmiştir. Üretken olmayan tüketici devlet yaklaşımı ve maliye politikası uygulamaları yoluyla özel sektör harcamalarının dışlanması gibi klasik söylemlerin yanında rant kollama faaliyetleri, kamu sektöründeki aktörlerin faaliyetlerinin temel nedeninin çıkar maksimizasyonu olması, kamu sektörü hakimiyet alanının aşırı derecede büyümesi ve bunun sonucunda devlet harcamalarının iktisadi etkinlikten uzaklaşması gibi temelde kamu tercihi teorisine dayanan yaklaşımlar devlet faaliyetlerinin de piyasa faaliyetleri gibi sorgulanmasına neden olmuştur.

Görüldüğü gibi günümüzde gerek piyasa gerekse devlet yaklaşımı keskin bir şekilde birbirinden ayıramamakta, her iki yaklaşım ve bu yaklaşımlar ekseninde oluşturulan politikalar eleştirilmektedir. Günümüzde geline nokta tarihsel süreç piyasa ve piyasanın aktörlerini devlet ve devletin aktörlerine yaklaştırmıştır. Bu yakınlaşma iktisat biliminde geliştirilen ekoller veya teorileri de birbirine yaklaştırmıştır. Artık günümüzde ne salt **Klasik** yaklaşımdan ne de salt **Keynesyen** yaklaşımdan bahsedilmektedir. 1960 sonrası ortaya çıkan teorilerin çoğu temelde Klasik varsayımdan hareket etse de bazı açılardan da Keynesyen yaklaşıma yakınlaşmıştır. Dolayısıyla devlet ve piyasa ilişkileri birbirini tamamlayan ve birbirlerini tamamlama sürecinde de kendilerine çeşitli kazanımlar elde eden bir boyuta taşınmıştır.

8. ÜNİTE İLE İLGİLİ SORULAR

1. Emniyet hizmetleri hangi tür mala örnek olarak verilebilir?

- a. Özel mal
- b. Ortak kaynak
- c. Kamu Mali
- d. Doğal tekeller
- e. Yapay kıt mal

2. Aşağıdakilerden hangisi piyasa başarısızlık larının nedenlerinden biri değildir?

- a. Dışsallıklar
- b. Asimetrik bilgi
- c. Kamusal mallar
- d. Tam rekabet
- e. Eksik rekabet

3. Aşağıdakilerden hangisi kamusal malların özellikleri arasında sayılamaz?

- a. Kamu mallarının kullanımı sonucunda sağlanan faydanın birimlere bölünememesi,
- b. Kamu mallarının tüketimde rakip olmaması,
- c. Kamu malının faydasından kimsenin mahrum bırakılamaması,
- d. Kamu mallarının toplumsal ihtiyaçları karşılamaya yönelik olması,
- e. Kamusal mallarda pozitif dışsallığın özel mallara göre daha küçük olması

4. Devletin kamu malları sunumunun sosyal maliyet lerini ve sosyal faydalarını tahmin ederken kullandığı yöntem aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Fayda - maliyet analizi
- b. Fırsat maliyeti analizi
- c. Marjinal dışsal fayda analizi
- d. Marjinal dışsal maliyet analizi
- e. Marjinal özel maliyet analizi

5. Bir ekonomik birimin/aktörün (üretici, tüketici) üretim ve/veya tüketim faaliyeti nedeniyle bu faaliyetten diğer ekonomik birimlerin olumlu veya olumsuz şekilde etkilenmelerine ne ad verilir?

- a. Fırsat maliyeti
- b. Dışsallık
- c. Fayda-maliyet analizi
- d. Marjinal fayda
- e. Marjinal maliyet

6. Negatif dışsallığın olduğu bir ekonomide etkinliğin sağlanabilmesi için gerekli koşul aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Marjinal sosyal fayda > Marjinal sosyal maliyet
- b. Marjinal sosyal fayda = Marjinal özel maliyet
- c. Marjinal özel maliyet < Marjinal sosyal maliyet
- d. Marjinal sosyal fayda = Marjinal sosyal maliyet
- e. Marjinal sosyal fayda < Marjinal sosyal maliyet

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

- a. Marjinal maliyet = Fiyat
- b. Marjinal sosyal fayda = Marjinal Maliyet
- c. Marjinal sosyal fayda = Fiyat
- d. Marjinal sosyal fayda = Marjinal dışsal fayda
- e. Marjinal maliyet = Marjinal dışsal maliyet

8. Negatif dışsallık meydana getiren bir ekonomik faaliyetin marjinal dışsal maliyetini içselleştirmek için aşağıdaki yöntemlerden hangisi kullanılır?

- a. Sübvansiyonlar
- b. Doğrudan düzenlemeler
- c. Vergiler
- d. Standartlar
- e. Tazminat

9. Pozitif dışsallık meydana getiren bir ekonomik faaliyetin marjinal dışsal faydasını içselleştirmek için sübvansiyon uygulaması hangi koşulun sağlanması durumunda etkinlik sağlar?

- a. Marjinal sosyal fayda = Marjinal sosyal maliyet
- b. Marjinal sosyal fayda > Marjinal sosyal maliyet
- c. Marjinal sosyal fayda < Marjinal sosyal maliyet
- d. Marjinal sosyal fayda = Marjinal özel maliyet
- e. Marjinal özel fayda = Marjinal özel maliyet

10. Alıcı ve satıcıların piyasada bir mal ve hizmetin niteliği konusunda birbirinden farklı bilgiye sahip olması durumu ne olarak adlandırılır?

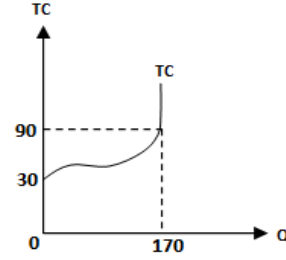
- a. Aksi seçim
- b. Tam bilgi
- c. Ters seçim
- d. Ahlaki tehlike
- e. Asimetrik bilgi

FİNAL SINAVI ÇALIŞMA SORULARI I

5.ÜNİTE-ÜRETİM VE MALİYET ANALİZİ

- Bir işletmenin üretim faktörleri ve ara malı girdileri kullanarak, belli bir teknoloji aracılığı ile mal ve hizmet üretmesine ne ad verilir?
 - Üretim süreci
 - Üretim teknolojisi
 - İşletim sistemi
 - Üretim fiyatı
 - Üretim fonksiyonu
- Aşağıdakilerden hangisi üretim sürecinde kullanılan, ara malı girdilerden biri değildir?
 - Demir
 - Çelik
 - Alüminyum
 - Elektrik
 - Bilgisayar
- Bir ürünün üretiminde kullanılan bütün girdilerin, emeğin, sermayenin ve toprağın maliyetlerinin toplamına ne ad verilir?
 - Değişken maliyetler
 - Sabit maliyetler
 - Ekonomik maliyetler
 - Muhasebe maliyetleri
 - Fırsat maliyetleri
- Üretim sürecinde bütün girdi ve faktörlerin serbestçe arttırıldığı ve işletmelerin piyasaya girip çıkabildikleri dönem hangisidir?
 - Piyasa dönemi
 - Pazar dönemi
 - Çok kısa dönem
 - Kısa dönem
 - Uzun dönem
- Üretim hiç yapılmasa bile karşılanması gereken ve harcanmış olan zorunlu girdilere ne ad verilmektedir?
 - Toplam maliyet
 - Marjinal maliyet
 - Sabit maliyet
 - Değişken maliyet
 - Ortalama maliyet
- Aşağıdakilerden hangisi sabit maliyetlerden biri değildir?
 - Makine
 - Çimento
 - Kira
 - Teçhizat
 - Elektrik aboneliği
- Aşağıdakilerden hangisi kısa dönem toplam maliyeti (TC) oluşturmaktadır?
 - TC+TFC
 - TFC+MC
 - AFC+AVC
 - TFC+TVC
 - MC+TFC

8.



Bir firmaya ait toplam maliyet eğrisini gösteren yukarıdaki şekle göre, firma 170 birim üretim yaptığındaki katlandığı değişken maliyet ne kadar olacaktır?

- 30
- 40
- 60
- 80
- 120

9. Üretim miktarı(Q) Toplam maliyet(TC)

0	60
1	120
2	170
3	200

Yukarıdaki verilere göre, firmanın toplam sabit maliyetleri kaçtır?

- 60
- 120
- 180
- 200
- 260

10. Bir işletmenin üretim miktarı 3 birimden 4 birime çıktığında, firmanın toplam maliyetleri 10 liradan 15 liraya çıkıyor ise marjinal maliyet kaç olur?

- 1
- 5
- 7
- 10
- 15

11. Marjinal maliyet, ortalama maliyeti hangi noktada kesmektedir?

- Ortalama maliyetin en yüksek noktasında
- Ortalama maliyetin en düşük noktasında
- Ortalama maliyetin artan olduğu bölgede
- Ortalama maliyetin azalan olduğu bölgede
- Ortalama maliyetin maksimum noktasında

12. İşe alınan her yeni bir işçinin üretime katkısına ne ad verilmektedir?

- Emeğin toplam ürünü
- Emeğin marjinal faydası
- Emeğin toplam faydası
- Emeğin marjinal ürünü
- Emeğin ortalama ürünü

İşçi sayısı(L)	Toplam ürün(TP)
0	0
1	10
2	17
3	24
4	24
5	18

13 ve 14. Sorular yukarıdaki tabloya göre cevaplanacaktır.

13. Tabloya göre 3. İşçinin ortalama değeri kaç olur?

- A. 3 B. 4 C. 7 D. 8 E. 12

14. Tabloya göre, 2. Emeğin marjinal ürün değeri kaç olur?

- A. 3 B. 4 C. 7 D. 8 E. 12

15. Marjinal maliyet eğrisinin minimum noktası aşağıdakilerden hangisine karşılık gelmektedir?

- A. Marjinal ürün eğrisinin maksimum noktasına
B. Marjinal ürün eğrisinin minimum noktasına
C. Ortalama değişken ürün eğrisinin maksimum noktasına
D. Ortalama maliyet eğrisinin maksimum noktasına
E. Ortalama maliyet eğrisinin minimum noktasına

16. Bütün üretim faktörleri arttırıldığında, üretim miktarı daha az artıyorsa aşağıdakilerden hangisi söz konusudur?

- A. Ölçeğe göre artan getiri
B. Ölçeğe göre sabit getiri
C. Ölçeğe göre azalan getiri
D. Ölçeğe göre getiri
E. Ölçeğe göre azalan maliyet

17. Bütün üretim faktörleri belli bir oranda arttırıldığında, elde edilen ürün miktarındaki artış oranına ne ad verilmektedir?

- A. Ölçeğe göre artan getiri
B. Ölçeğe göre sabit getiri
C. Ölçeğe göre azalan getiri
D. Ölçeğe göre getiri
E. Ölçeğe göre azalan maliyet

18. Uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin minimum olduğu üretim düzeyinde, kısa dönem ortalama maliyet eğrisinin şekli ile ilgili aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- A. Artandır
B. Azalandır
C. Düşeydir
D. Minimumdur
E. Maksimumdur

19. Kısa dönem maliyet analizinde, toplam maliyet ile toplam değişken maliyet arasındaki fark aşağıdakilerden hangisini göstermektedir?

- A. Ortalama değişken maliyet
B. Ortalama sabit maliyet
C. Ortalama değişken maliyet
D. Marjinal maliyet
E. Toplam sabit maliyet

20. Kısa dönem maliyet analizinde, marjinal maliyet ortalama maliyetten büyük iken ortalama maliyet için aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- A. Artandır
B. Azalandır
C. Sıfırdır
D. Maksimumdur
E. Minimumdur

6.ÜNİTE-TAM REKABET PİYASASI

1. Bütün üretici ve tüketiciler tarafından Pazar fiyatının veri kabul edilip stratejik isteklere bağlı olarak değiştirilmediği piyasa aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Rekabetçi piyasa
B. Monopol piyasa
C. Oligopol piyasa
D. Düopol piyasa
E. Monopson piyasa

2. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasasının özellikleri ile ilgili yanlış bir ifadedir?

- A. Piyasaya giriş çıkış kolaydır.
B. Çok sayıda tüketici ve üretici vardır.
C. Piyasaya başka firmaların girmesini kısıtlayan engeller vardır.
D. Mallar homojendir.
E. Fiyat veridir.

3. Sattığı ürünün piyasa fiyatı üzerinde kontrol gücü olmayan piyasa için aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- A. Fiyat belirleyendir.
B. Etkili fiyattır.
C. Fiyat alıcıdır.
D. Fiyat kırıcıdır.
E. Fiyat artırıcıdır.

4. Aşağıdakilerden hangisi marjinal geliri hesapla-mada kullanılır?

- A. $MR=TR/Q$
B. $MR=P \times Q$
C. $MR=MC$
D. $MR=\Delta TR/\Delta Q$
E. $MR=P/Q$

5. Tam rekabet piyasasında kar çoklulaştırma koşulu aşağıdakilerden hangisidir?
 A. $TR=TC$
 B. $AR=AC$
 C. $TR=MC$
 D. $AR=MR$
 E. $MR=MC$
6. I. Marjinal maliyet = Marjinal gelir
 II. MC eğrisi, MR eğrisinin altında ise üretim artırıldığında kar yükselir.
 III. MC eğrisi, MR eğrisinin üstünde ise üretim azaltıldığında kar yükselecektir.
 Karın en çoklulaştırıldığı optimal üretim miktarına ulaşmak için yukarıdakilerden hangisi/hangileri gereklidir?
 A. Yalnız I
 B. Yalnız II
 C. I ve III
 D. II ve III
 E. I, II ve III
7. Tam rekabet piyasasında faaliyet gösteren bir firmanın üretim miktarı arttıkça marjinal geliri ne yönde değişecektir?
 A. Artar
 B. Azalır
 C. Değişmez
 D. Önce artar, sonra azalır.
 E. Önce azalır, sonra artar.
8. Marjinal maliyet eğrisinin, ortalama değişken maliyet eğrisinin üzerinde kalan kısmı aşağıdakilerden hangisini göstermektedir?
 A. Firmanın uzun dönem arz eğrisi
 B. Firmanın kısa dönem arz eğrisi
 C. Firmanın marjinal gelir doğrusu
 D. Firmanın genişleme yolu eğrisi
 E. Firmanın toplam gelir doğrusu
9. Aşağıdakilerden hangisi karı hesaplamada kullanılan formüldür?
 A. $MR+MC$
 B. $TR-TC$
 C. $AR+AC$
 D. $P \times Q$
 E. $TR+TC$
10. Aşağıdakilerden hangisinde karın pozitif olduğu durum gösterilmiştir?
 A. $P < ATC$
 B. $P = ATC$
 C. $ATC = AVC$
 D. $P > AVC$
 E. $P > ATC$
11. Tam rekabetçi piyasada uzun dönem ile ilgili aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?
 A. Yeni firmaların piyasaya girmesiyle mal arzı genişler.
 B. Mevcut firmalar piyasadan çekilemez.
 C. Pozitif karın varlığı, yeni üreticilerin piyasaya girmesine neden olur.
 D. Yeni firmaların piyasaya girmesiyle piyasa fiyatı düşer ve kar sıfıra doğru geriler.
 E. Üretim faktörleri artırılabilir.
12. A işletmesi 5 birim mal ürettiğinde toplam geliri 25 lira olmaktadır. Buna göre bu işletmenin ortalama geliri kaç olur?
 A. 5
 B. 10
 C. 20
 D. 25
 E. 30
13. Tam rekabetçi piyasada marjinal gelir eğrisinin şekli ile ilgili hangisi doğrudur?
 A. Yatay eksene paraleldir.
 B. Dikey eksene paraleldir.
 C. Orijinden başlayan bir doğrudur.
 D. Negatif eğimlidir.
 E. Pozitif eğimlidir.
14. Tam rekabet piyasasında ürünün fiyatının ortalama ve marjinal gelire eşit olmasının nedeni aşağıdakilerden hangisidir?
 A. Piyasaya giriş çıkışın serbest olması
 B. Firmaların fiyatı belirleyebilmesi
 C. Fiyatın verili olması
 D. Malların homojen olması
 E. Fiyatın değişken olması
15. Aşağıdakilerden hangisi homojen mallara örnek olarak gösterilebilir?
 A. Giyim
 B. Otomobil
 C. Sabun
 D. Yemek
 E. Süt
16. Aşağıdakilerden hangisi doğrudur?
 A. $Kar = Toplam\ gelir - Muhasebe\ maliyetleri - Fırsat\ maliyetleri$
 B. $Kar = Toplam\ gelir + Muhasebe\ maliyetleri - Fırsat\ maliyetleri$
 C. $Kar = Toplam\ gelir - Fırsat\ maliyetleri$
 D. $Kar = Toplam\ gelir - Muhasebe\ maliyetleri + Fırsat\ maliyetleri$
 E. $Kar = Toplam\ gelir + Fırsat\ maliyetleri$
17. Tam rekabet piyasası ile ilgili hangisi yanlıştır?
 A. Fiyat verili olduğu için talep eğrisi yatay eksene paraleldir.
 B. Homojen mal üretilmektedir.
 C. Ortalama gelir fiyata eşittir.
 D. Marjinal gelir, toplam gelirin üretim miktarına bölünmesi ile elde edilir.
 E. Toplam gelir, miktar ile fiyatın çarpımı sonucu bulunur.

7.ÜNİTE-EKSİK REKABET PİYASALARI

1. I. Endüstride sadece bir firma vardır.
II. Tek satıcı, yakın ikamesi olmayan bir mal satmaktadır.
III. Piyasaya giriş engeli yoktur.
Tekel piyasası ile ilgili yukarıdakilerden hangisi ya da hangileri doğrudur?
A. Yalnız I
B. Yalnız II
C. Yalnız III
D. I ve II
E. I, II ve III
2. Aşağıdakilerden hangisi tekel piyasasına girişi engelleyen faktörlerden biri değildir?
A. Yasal engeller
B. Doğal tekel
C. Ölçek ekonomileri
D. Hammaddenin tek bir firmada bulunması
E. Piyasada tek alıcının olması
3. Tam rekabet ve tekel piyasalarında fiyat-üretim kararı ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğrudur?
A. Tekelde fiyat arttığında üretim miktarı azalır, tam rekabette ise fiyat değişmeden üretim miktarı artar.
B. Tekelde fiyat ve üretim miktarı sabittir, tam rekabette ise fiyat değişmeden üretim miktarı artar.
C. Tekelde fiyat ve üretim miktarı sabittir, tam rekabette ise fiyat arttığında üretim miktarı azalır.
D. Tekelde fiyat artarken üretim miktarı değişmez, tam rekabette ise fiyat ve üretim miktarı sabittir.
E. Tekelde fiyat sabittir, tam rekabette ise üretim miktarı ile fiyat doğru orantılıdır.
4. Tekel firmasının talep eğrisi aşağıdakilerden hangisi ile özdeşdir?
A. Toplam hasılat
B. Marjinal hasılat
C. Piyasa talep eğrisi
D. Marjinal maliyet
E. Toplam maliyet
5. Tekel piyasasının esnekliği bire eşit ise, marjinal gelir kaç olur?
A. Pozitif
B. Negatif
C. Sıfır
D. Sonsuz
E. 1
6. Tekelci bir firma için aşağıdakilerden hangisi gerçekleştiğinde kar maksimize edilmiş olacaktır?
A. $TR > TC$
B. $MR > MC$
C. $MR = MC$
D. $TR = TC$
E. $AR = AC$

7. Tekel piyasasında uzun dönemde de ekonomik kar elde edilmesini aşağıdakilerden hangisi sağlamaktadır?
A. Tekelcinin yaptığı reklam
B. Tekel piyasasına girişin engelli olması
C. Tekelcinin yaptığı hizmetler
D. Tekelcinin yaptığı optimal üretim
E. Tekelcinin uyguladığı fiyat düzeyi
8. Aynı malın bir tek üretici tarafından farklı alıcılara farklı fiyatlardan satılmasına ne ad verilmektedir?
A. Mal farklılaştırması
B. Fiyat farklılaştırması
C. Üretici rantı
D. Tüketici rantı
E. Kar çoklulaştırma
9. Aşağıdakilerden hangisi tekelde fiyat farklılaştırması yapılabilmesinin koşullarından biridir?
A. Firma ürünün fiyatı üzerinde kontrol gücüne sahip olmalıdır.
B. Firma tam kapasite çalışıyor olmalıdır.
C. Tekelci tüm firmalar ortak hareket etmelidir.
D. Firma homojen mal üretmelidir.
E. Tüketicinin piyasa hakkında bilgisinin tam olması gerekmektedir.
10. Tekelci bir firma ilk 1000 birim malı 550 liradan, sonraki 1000 birim malı ise 500 liradan satmakta ise, aşağıdakilerden hangisi söz konusudur?
A. Birimler arası fiyat farklılaştırması
B. Alıcılar arası fiyat farklılaştırması
C. Satıcılar arası fiyat farklılaştırması
D. Birinci derece fiyat farklılaştırması
E. Miktarlar arası fiyat farklılaştırması
11. Sinemada tam ve öğrenci bileti uygulaması aşağıda-kilerden hangisine örnek olarak gösterilebilir?
A. Birimler arası fiyat farklılaştırması
B. Alıcılar arası fiyat farklılaştırması
C. Satıcılar arası fiyat farklılaştırması
D. Birinci derece fiyat farklılaştırması
E. Miktarlar arası fiyat farklılaştırması
12. Birbirine benzer fakat aynı olmayan ürünlerin çok sayıda firma tarafından üretildiği piyasa hangisidir?
A. Tam rekabet piyasası
B. Oligopol piyasası
C. Monopol piyasası
D. Tekelci rekabet piyasası
E. Tekel piyasası
13. Tekelci rekabet piyasasında, firmaya tekel olma gücü kazandıran özellik hangisidir?
A. Firmalar arası rekabet
B. Fiyatın verili olması
C. Fiyat farklılaştırması
D. Ürün farklılaştırması
E. Firmalar arası bağıllık

14. I. Çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.
II. Piyasaya giriş çıkış kolaydır.
III. Mallar homojendir.
Yukarıdakilerden hangisi veya hangileri tekelci rekabet piyasasının özelliklerindendir?
A. Yalnız I
B. Yalnız II
C. Yalnız III
D. I ve II
E. II ve III
15. Tekelci rekabet talep eğrisinin şekli ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğrudur?
A. Artan
B. Pozitif
C. Negatif
D. Yatay
E. Düşey
16. Tekelci rekabet piyasasında marjinal gelir (MR) eğrisinin, talep eğrisinin altında seyretmesinin nedeni aşağıdakilerden hangisinde doğru olarak verilmiştir?
A. Malın satış miktarını arttırabilmek için firmanın maliyet düşürmesi
B. Malın satış miktarını arttırabilmek için fiyatı sabitlemesi
C. Malın satış miktarını arttırabilmek için reklam yapması
D. Malın satış miktarını arttırabilmek için fiyat artırması
E. Malın satış miktarını arttırabilmek için fiyatı düşürmek zorunda olması
17. Az sayıdaki büyük firmanın homojen ya da farklılaştırılmış ürünler ürettiği piyasaya ne ad verilmektedir?
A. Tekel piyasası
B. Tekelci rekabet piyasası
C. Monopol piyasası
D. Tam rekabet piyasası
E. Oligopol piyasası
18. I. Piyasada az sayıda satıcı vardır.
II. Piyasada alıcı sayısı fazladır.
III. Firmalar yakın ikamesi olmayan mal üretmektedir.
IV. Piyasaya girişi kısıtlayan önemli engeller vardır.
Oligopol piyasasının varsayımları ile yukarıdakilerden hangileri doğrudur?
A. I ve II
B. III ve IV
C. I, II ve III
D. I, II ve IV
E. I, II, III ve IV
19. Oligopol piyasasında fiyatların katılığını aşağıdakilerden hangisi açıklamaktadır?
A. Dirsekli talep teorisi
B. Fiyat liderliği teorisi
C. Saf oligopol
D. Kartel teorisi
E. Farklılaşmış oligopol

8.ÜNİTE-KAMUSAL(SOSYAL) MALLAR, DIŞSALLIKLAR, ASİMETRİK BİLGİ VE SOSYAL TERCİH

1. Aşağıdakilerden hangisi piyasa başarısızlığının nedenlerinden değildir?
A. Kamusal mallar
B. Asimetrik bilgi
C. Eksik rekabet
D. Dışsallıklar
E. İçsellikler
2. Aşağıdakilerden hangisi özel malların ayırt edici özelliklerindendir?
A. Sadece satın alana fayda sağlar.
B. Dışlanamaz fakat tüketimde rakiptir.
C. Dışlanabilir fakat tüketimde rakipsizdir.
D. Toplumun tüm üyelerince tüketilebilir.
E. Tüketim için ödeme gerektirmez.
3. Bir malın aynı biriminin aynı anda birden fazla kişi tarafından tüketilememesine ne ad verilmektedir?
A. Dışlanabilirlik
B. Tüketimde rakiplik
C. Özel mal
D. Kamusal mal
E. Ortak mal
4. Aşağıdakilerden hangisi ortak kaynaklara örnek olarak gösterilebilir?
A. Güneş
B. Ev
C. Denizde balık tutmak
D. Ulusal savunma
E. Bilgisayar programı
5. Herhangi bir ödeme yapmaksızın, aynı anda birden fazla kişi tarafından kullanabilen mallara ne ad verilmektedir?
A. Dışlanamayan mal
B. Yapay mal
C. Özel mal
D. Kamu malı
E. Yarı özel mal
6. Tüketimde rakipsiz ve dışlanabilen mallara ne ad verilmektedir?
A. Ortak kaynaklar
B. Yapay kıt mallar
C. Dışlanamayan mal
D. Özel mal
E. Kamu malı
7. Aşağıdakilerden hangisi kamu mallarının özelliklerinden değildir?
A. Kamu mal ve hizmetleri bölünemez, fiyatlandırılmaz.
B. Kamu malları toplumsal ihtiyaçları karşılamaya yönelik mallardır.
C. Kamu malları devlet veya limited şirketler tarafından üretilebilir.
D. Kamu mallarının tüketiminde rekabet söz konusu değildir.
E. Kamu malları piyasaya söz konusu olmayan mallardır.

8. Kamu mallarına ödeme yapmayanların, kamu mallarını kullanmaktan men edilememesinden dolayı aşağıdakilerden hangisi ortaya çıkmaktadır?
A. Marjinal fayda
B. Sosyal fayda
C. Sosyal maliyet
D. Yüklenme
E. Bedavacılık
9. Kamusal maldan fayda sağlayan her bireyin marjinal fayda toplamlarına ne ad verilir?
A. Marjinal özel fayda
B. Marjinal sosyal fayda
C. Marjinal dışsal fayda
D. Marjinal fayda
E. Sosyal fayda
10. Kamu malları arzının sosyal fayda ve sosyal maliyetleri tahmin ederken hükümetlerin kullandığı kıstas aşağıdakilerden hangisidir?
A. Kar – zarar tablosu
B. Tüketim indeksi
C. Dış ticaret indeksi
D. Girdi – çıktı tekniği
E. Fayda – maliyet analizi
11. Bir ekonomik birimin üretim veya tüketim nedeniyle, diğer ekonomik birimleri olumlu ya da olumsuz etkilemesine ne ad verilmektedir?
A. Negatif dışsallık
B. Pozitif dışsallık
C. Marjinal sosyal maliyet
D. Dışsallık
E. Marjinal özel fayda
12. Bulaşıcı bir hastalığın bulaşmasını önlemek için bir çocuk aşı yaptırdığında hem kendisinin hastalığa yakalanma riski azalacak hem de hastalığın yayılma riski azalacağından toplumdaki diğer çocukların da bu durumdan yararlanacak olmalarına ne ad verilir?
A. Dışsallığın içselleştirilmesi
B. Dışsallık
C. Tüketim indeksi
D. Pozitif dışsallık
E. Negatif dışsallık
13. Özel tüketim/üretim faaliyetlerinin tüketici ya da üretici tarafından ödenmeyen maliyetlerine ne ad verilmektedir?
A. Negatif dışsallık
B. Marjinal maliyet
C. Pozitif dışsallık
D. Marjinal sosyal maliyet
E. Marjinal sosyal fayda
14. Demir-çelik üretimi esnasındaki zararlı atıkların hiçbir maliyete katlanmadan nehre atılması ve fabrika bacasından çıkan dumanın da havayı kirletmesi ile sağlık açısından risk oluşturacak olması şeklindeki dışsallık türü aşağıdakilerden hangisidir?
A. Negatif dışsallık
B. Pozitif dışsallık
C. Dışsallık
D. Marjinal dışsal maliyet
E. Marjinal dışsal fayda
15. Bir mal veya hizmetin ek bir üretiminin, üreticinin kendi dışındakilere yüklediği maliyete ne ad verilir?
A. Marjinal sosyal maliyet
B. Marjinal dışsal maliyet
C. Marjinal özel maliyet
D. Pozitif dışsallık
E. Negatif dışsallık
16. Pozitif dışsallık meydana getiren tüketim ya da üretim faaliyetlerinin marjinal dışsal faydasını içselleştirmek için aşağıdakilerden hangisi kullanılır?
A. Yasal düzenleme
B. Artan oranlı gelir vergisi
C. Sübvansiyon
D. Vergilendirme
E. Üretim maliyetlerinin tamamını üstlenme
17. Negatif dışsallık meydana getiren üretim veya tüketim faaliyetlerinin marjinal dışsal maliyetini içselleştirmek için devletin kullandığı yöntem hangisidir?
A. Sübvansiyon
B. Vergi
C. Üretimi durdurma
D. Yasal düzenleme
E. Artan oranlı vergilendirme
18. Kamusal mallarda etkin üretim miktarını belirleme koşulu aşağıdakilerden hangisidir?
A. Toplam gelir = Toplam maliyet
B. Marjinal fayda = Marjinal maliyet
C. Ortalama fayda = Ortalama maliyet
D. Marjinal sosyal fayda = Marjinal dışsal fayda
E. Marjinal özel fayda = Marjinal özel maliyet
19. Dışsallıkları içselleştirmede kullanılan değişken hangisidir?
A. Üretici
B. Tüketici
C. Değer
D. Maliyet
E. Fiyat

20. Bir kirleticinin marjinal zararına eşit miktarda çıktısının her biriminden vergilendirilmesine ne ad verilmektedir?
- A. Servet vergisi
B. Ceza vergisi
C. Pigoucu vergi
D. Advolarem vergi
E. Çerce vergisi
21. Negatif veya pozitif dışsallık durumunda, belli koşullar altında, devletin müdahalesi gerekmeksizin taraflar arasında etkin çözüm sağlanmasına ne ad verilmektedir?
- A. Ters seçim
B. Ahlaki tehlike
C. Pigoucu vergi
D. Coase teoremi
E. Asimetrik bilgi
22. Bir işlemin taraflarından birinin diğer tarafın sahip olmadığı bir bilgiye sahip olmasına ne ad verilir?
- A. Ahlaki tehlike
B. Ters seçim
C. Coase teoremi
D. Asimetrik bilgi
E. Sosyal tercih

FİNAL SINAVI ÇALIŞMA SORULARI II ÜNİTE 5- ÜRETİM VE MALİYET ANALİZİ

1. Bir işletmenin üretim faktörlerini ve ara malı girdileri kullanarak, belirli bir teknolojiyle mal ve hizmet meydana getirme sürecine ne ad verilmektedir?
- A. Pazarlama
B. Satış
C. Hasılat
D. Maliyet
E. Üretim
2. Üretim faktörleri ve ara mallardan oluşan toplam girdi ve nihai ürün arasındaki nicel ilişkiyi aşağıdakilerden hangisi göstermektedir?
- A. Ölçeğe göre getiri
B. Marjinal analiz
C. Toplam maliyet
D. Üretim teknolojisi
E. Değişken maliyet
3. Üretim sürecinde kullanılan girdi ile ürün arasındaki cebirsel ifadeyi aşağıdakilerden hangisi göstermektedir?
- A. Arz fonksiyonu
B. Talep fonksiyonu
C. Maliyet fonksiyonu
D. Üretim fonksiyonu
E. Fayda fonksiyonu
4. İktisat kuramında, şirketlerin üretim faaliyetleri yaparken gerçekleştirmek istedikleri tek amaç aşağıdakilerden hangisidir?
- A. Maliyetlerin düşürülmesi
B. Karların çoklaştırılması
C. Ekonomik büyümenin sağlanması
D. Teknolojinin geliştirilmesi
E. Üretimin artırılması
5. Aşağıdakilerden hangisi satış gelirini hesaplamada kullanılır?(p fiyat, q ürün miktarı)
- A. $p + q$
B. p / q
C. $p \times q$
D. $p - q$
E. q / p
6. Bir ürünün üretiminde kullanılan tüm girdilerin, emek, sermaye ve toprağın maliyet bedellerinin toplamı hangisidir?
- A. Alternatif maliyet
B. Fırsat maliyeti
C. Ortalama maliyet
D. Muhasebe maliyeti
E. Alternatif maliyet
7. Toplam muhasebe maliyetine fırsat malîyetinin eklenmesiyle hangisi elde edilir?
- A. Ekonomik maliyet
B. Toplam maliyet
C. Açık maliyet
D. Alternatif maliyet
E. Marjinal maliyet
- Ali otobüs şoförlüğü yapmaktada ve ayda 10000 lira kazanmaktadır. Ancak otobüsün masrafları için 9000 lira ödemektedir. Ali' ye bir yandan da taksi durağında şoförlük yapması için teklif gelmiştir. Ali takside çalışırsa ayda 1000 lira kazanacaktır.
- 8, 9 ve 10. Sorular yukarıdaki bilgiye göre cevaplanacaktır.
8. Ali' nin muhasebe maliyetleri kaç liradır?
- A. 1000
B. 9000
C. 10000
D. 11000
E. 20000
9. Ali'nin ekonomik maliyetleri kaç liradır?
- A. 1000
B. 9000
C. 10000
D. 11000
E. 20000
10. Ali' nin elde edeceği ekonomik kar kaç liradır?
- A. 0
B. 1000
C. 10000
D. 11000
E. 20000

11. Üretici işletmenin üretime devam etmek için kabulleneceği asgari kazancı aşağıdakilerden hangisi ifade etmektedir?

- A. Muhasebe karı
- B. Ekonomik kar
- C. Toplam hasılat
- D. Marjinal hasılat
- E. Marjinal kar

12. Üretim hiç yapılmasa dahi karşılanması gereken ve harcanmış olan zorunlu giderlere ne ad verilmektedir?

- A. Açık maliyet
- B. Değişken maliyet
- C. Sabit maliyet
- D. Toplam maliyet
- E. Marjinal maliyet

13. Bir işletmenin üretim faaliyetlerinde bulunurken ödeği fabrika kirası aşağıdakilerden hangisi içerisinde değerlendirilir?

- A. Sabit maliyet
- B. Değişken maliyet
- C. Fırsat maliyeti
- D. Alternatif maliyet
- E. Örtük maliyet

14. Toplam maliyetin çıktıya bölünmesi ile aşağıdakilerden hangisi elde edilir?

- A. Marjinal maliyet
- B. Toplam sabit maliyet
- C. Ortalama toplam maliyet
- D. Ortalama değişken maliyet
- E. Ortalama sabit maliyet

15. 100 birim X malını üretmenin toplam maliyeti (TC) 1500 lira ve değişken maliyet (TVC) 50 lira ise ortalama toplam maliyet (ATC) kaç lira olacaktır?

- A. 5
- B. 10
- C. 15
- D. 20
- E. 50

16. TFC / Q şeklindeki formül aşağıdakilerden hangisini göstermektedir?

- A. Ortalama hasılat
- B. Marjinal maliyet
- C. Alternatif maliyet
- D. Ortalama değişken maliyet
- E. Ortalama sabit maliyet

17. Bir birim daha fazla üretim yapıldığında toplam maliyette meydana gelen artışa ne ad verilmektedir?

- A. Ortalama hasılat
- B. Ortalama maliyet
- C. Toplam maliyet
- D. Marjinal gelir
- E. Marjinal maliyet

18. Bir firma 10 birim mal ürettiğinde toplam maliyeti 100000 lira, 20 birim mal ürettiğinde toplam maliyet 200000 lira oluyor ise, marjinal maliyet kaç olur?

- A. 10000
- B. 20000
- C. 25000
- D. 50000
- E. 10000

19. Bir firma üretim miktarı 2 birimdir. Bu üretim sürecinde toplam sabit maliyet(TFC) 50 lira, toplam değişken maliyet(TVC) ise 150 lira olduğuna göre; ortalama toplam maliyet(ATC) kaç liradır?

- A. 50
- B. 100
- C. 150
- D. 200
- E. 300

20. Bir firmanın üretimi arttıkça değişken maliyet ve sabit maliyet hakkında aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

- A. Değişken maliyet artar, sabit maliyet değişmez.
- B. Değişken maliyet artar, sabit maliyet artar.
- C. Değişken maliyet değişmez, sabit maliyet artar.
- D. Değişken maliyet azalır, sabit maliyet azalır.
- E. Değişken maliyet azalır, sabit maliyet artar.

21. İşe alınan her yeni işçinin üretime katkısını aşağıdakilerden hangisi göstermektedir?

- A. Emeğin marjinal ürünü
- B. Emeğin marjinal maliyeti
- C. Emeğin ortalama maliyeti
- D. Emeğin ortalama fiziki ürünü
- E. Emeğin alternatif maliyeti

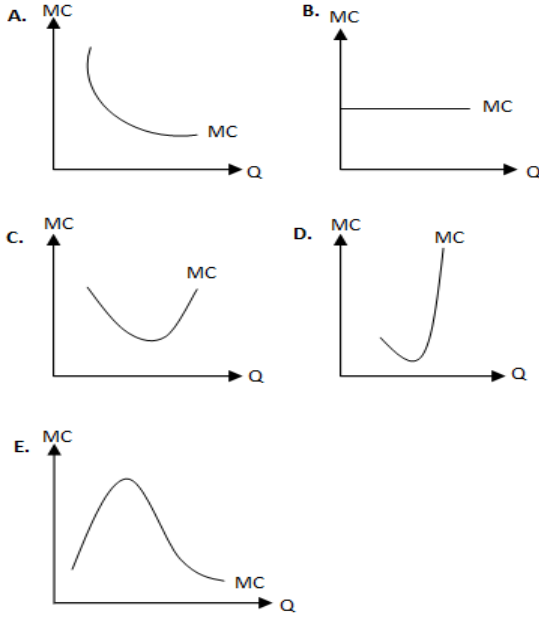
22. Toplam üretimin toplam işçi sayısına bölünmesiyle aşağıdakilerden hangisi elde edilmiş olur?

- A. Emeğin alternatif maliyeti
- B. Emeğin marjinal ürünü
- C. Emeğin ortalama maliyeti
- D. Emeğin ortalama ürünü
- E. Emeğin marjinal maliyeti

23. Azalan getiri yasasının geçerli olduğu bir firma için aşağıdakilerden hangisi söylenebilir?

<u>Marjinal maliyet</u>	<u>Marjinal ürün</u>
A. Azalır	Azalır
B. Artar	Artar
C. Artar	Azalır
D. Azalır	Değişmez
E. Değişmez	Azalır

24. Aşağıdakilerden hangisi marjinal maliyet eğrisini göstermektedir?



25. Emek tek değişken girdi ve ücret oranı sabit iken, emeğin marjinal veriminin artması sonucu aşağıdakilerden hangisi gerçekleşir?

- A. Emeğin ortalama ürünü azalır.
- B. Marjinal maliyet azalır.
- C. Toplam üretim azalır.
- D. Ortalama üretim azalır.
- E. Emeğin ortalama maliyeti artar.

26. Ölçeğe göre getiri aşağıdaki üretim dönemlerinden hangisinde geçerli olur?

- A. Çok kısa dönem
- B. Kısa dönem
- C. Uzun dönem
- D. Pazar dönemi
- E. Piyasa dönemi

27. Bütün üretim faktörleri artırıldığında üretilen ürün miktarı daha az artıyor ise aşağıdakilerden hangisi söz konusudur?

- A. Ölçeğe göre getiri
- B. Ölçeğe göre artan getiri
- C. Ölçeğe göre azalan getiri
- D. Ölçeğe göre sabit getiri
- E. Ölçeğe göre değişken getiri

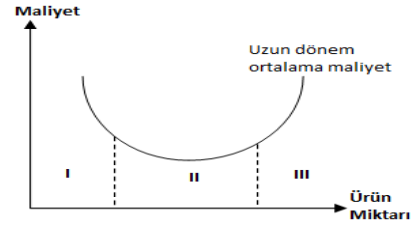
28. Ölçeğe sabit getiri durumunda uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin şekli nasıldır?

- A. Azalandır.
- B. Artandır.
- C. Pozitif eğimlidir.
- D. Dikeydir.
- E. Yataydır.

29. Ölçeğe göre azalan getiri durumunda uzun dönem ortalama maliyet ile ilgili hangisi söylenebilir?

- A. Dikeydir.
- B. Yataydır.
- C. Dış bükeydir.
- D. Yükselmektedir.
- E. Düşmektedir.

30.



Yukarıdaki şekilde III no'lu bölgede aşağıdakilerden hangisi söz konusudur?

- A. Ölçeğe göre artan getiri
- B. Ölçeğe göre azalan getiri
- C. Ölçeğe göre sabit getiri
- D. Ölçeğe göre getiri
- E. Ölçeğe göre değişken getiri

ÜNİTE 6 – TAM REKABET PİYASASI

1. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasasının özelliklerinden biri değildir?

- A. Çok sayıda alıcı vardır.
- B. Çok sayıda satıcı vardır.
- C. Firmalar fiyat belirleyicidir.
- D. Ürünler homojendir.
- E. Fiyat verilir.

2. Satıldığı ürünün piyasa fiyatı üzerinde hiçbir kontrol gücü olmayan ve piyasada belirlenen fiyatı veri olarak alan üretici birimine ne ad verilmektedir?

- A. Fiyat alıcı
- B. Fiyat belirleyici
- C. Kartel
- D. Doğal tekel
- E. Monopson

3. Bir benzinlikte benzin fiyatı litre başına 5 lira ve haftada 1000 litre benzin satılmakta ise, benzincinin haftalık toplam geliri kaç liradır?

- A. 250
- B. 500
- C. 1000
- D. 5000
- E. 50000

4. Toplam gelirin satış miktarına oranına ne ad verilmektedir?

- A. Marjinal gelir
- B. Marjinal maliyet
- C. Ortalama değişken maliyet
- D. Ortalama gelir
- E. Ortalama maliyet

5. Tam rekabet piyasasında toplam gelir 1000 lira, malın satış fiyatı 10 lira ise, ortalama gelir(AR) kaçtır?
A. 1
B. 10
C. 100
D. 1000
E. 10000
6. Üretimde her bir birimlik artışın sağladığı gelir artışına ne ad verilmektedir?
A. Marjinal maliyet
B. Marjinal ürün
C. Ortalama gelir
D. Ortalama maliyet
E. Marjinal gelir
7. Aşağıdakilerden hangisi marjinal gelir formülüdür?
A. $MR = TR + Q$
B. $MR = TR / Q$
C. $MR = \Delta TR + \Delta Q$
D. $MR = \Delta Q / \Delta TR$
E. $MR = \Delta TR / \Delta Q$
8. Rekabetçi bir firma üretimini 1 birimden 5 birime arttırdığında, toplam geliri 1000 liradan 1200 liraya çıkıyor ise, marjinal gelir kaç olur?
A. 10
B. 40
C. 50
D. 200
E. 2200
9. Tam rekabet piyasasında marjinal gelir eğrisi aşağıdakilerden hangisiyle özdeş değildir?
A. Fiyat
B. Toplam gelir
C. Ortalama gelir
D. Talep
E. Birim başına gelir
10. Fiyat = Ortalama gelir = Marjinal gelir
Yukarıdaki eşitliğin görüldüğü piyasa aşağıdakilerden hangisidir?
A. Rekabetçi piyasa
B. Monopol piyasa
C. Oligopol piyasa
D. Tekelci rekabet piyasası
E. Monopson piyasa
11. Tam rekabetçi piyasada faaliyet gösteren bir firmanın ortalama geliri aşağıdakilerden hangisine eşittir?
A. Firmanın toplam gelirine
B. Firmanın marjinal maliyetine
C. Firmanın toplam maliyetine
D. Firmanın üretim miktarına
E. Malın satış fiyatına
12. Rekabetçi bir firma için kardaki artışın sıfır olduğu üretim düzeyinde hangisi görülür?
A. En yüksek girdi bileşimi
B. En yüksek maliyet
C. Karların en çoklaştırılması
D. En düşük ortalama gelir
E. Minimum maliyet

13. Bir firma için $MR = MC$ eşitliği sağlanmış ise aşağıdakilerden hangisi söz konusudur?
A. En yüksek girdi bileşimi
B. Maliyet minimizasyonu
C. En yüksek maliyet
D. Karların en çoklaştırılması
E. En düşük ortalama gelir

14. Rekabetçi bir firmanın ortalama gelir eğrisinin şekli nasıldır?
A. Yatay
B. Dikey
C. Orijine göre iç bükey
D. Orijine göre dış bükey
E. Orijinden başlayan doğru şeklinde

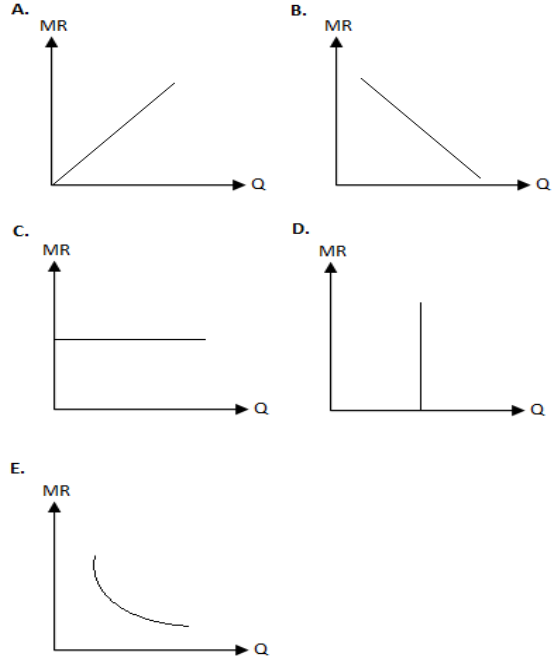
15.

Q	P	TR	MR	MC
1	5	5	5	4
2	5	10	5	2
3	5	15	5	5
4	5	20	5	10
5	5	25	5	15

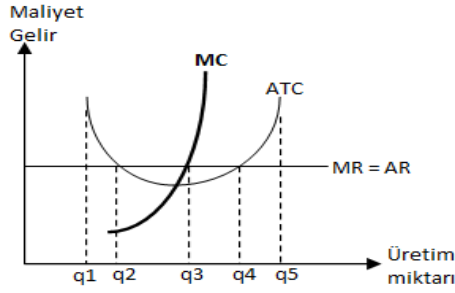
Yukarıdaki tabloya göre rekabetçi bir firma kaç birimlik üretim yapalıdır?

A.1 B.2 C.3 D.4 E.5

16. Rekabetçi bir firmanın marjinal gelir eğrisi aşağıdakilerden hangisidir?



17.



Yukarıdaki grafiğe göre rekabetçi bir piyasada üretim yapan bir firma hangi üretim düzeyinde üretimini gerçekleştirirse karını en çoklulaştırmış olur?

A. q1 B. q2 C. q3 D. q4 E. q5

18. Rekabetçi bir firma üretimini artırdığında karı yükseliyor ise, bu firma için aşağıdakilerden hangisi söz konusudur?

A. Marjinal gelir marjinal maliyete eşittir.
B. Marjinal maliyet marjinal gelirin altındadır.
C. Marjinal gelir değişmemektedir.
D. Marjinal maliyet marjinal gelirin üzerindedir.
E. Marjinal maliyet değişmemektedir.

19. Rekabetçi bir piyasadaki firma için marjinal maliyet eğrisi marjinal gelirin üzerindeyse bu firma karını arttırabilmek için aşağıdakilerden hangisini yapmalıdır?

A. Üretimi durdurmalıdır.
B. Üretimi kısımlıdır.
C. Maliyeti düşürmelidir.
D. Satışını arttırmalıdır.
E. Arz miktarını arttırmalıdır.

20. Rekabetçi piyasada kar en çoklulaştırması amaçlayan bir firma, veri aldığı fiyat değiştiğinde aşağıdakilerden hangisi üzerinde etkili olabilir?

A. Ortalama gelir
B. Sabit maliyet
C. Emek miktarı
D. Marjinal maliyet
E. Piyasaya mal arzı

21. Rekabetçi bir firma aşağıdakilerden hangisi gerçekleştiğinde üretimi durdurma kararı alır?

A. $P < AVC$
B. $P > AVC$
C. $P = AVC$
D. $P < ATC$
E. $P > ATC$

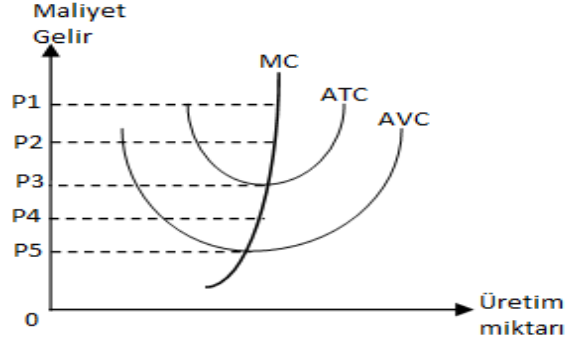
22. Rekabetçi piyasadaki bir firma hiç üretim yapmıyor ise elde edeceği kar aşağıdakilerden hangisine eşit olur?

A. 0
B. $-TC$
C. $-TFC$
D. TR
E. $-TVC$

23. Marjinal maliyet eğrisinin ortalama değişken maliyet eğrisinin üzerinde kalan kısmına ne ad verilmektedir?

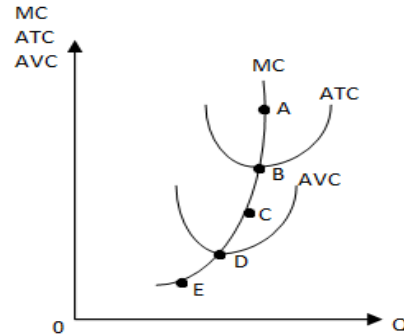
A. Firmanın kar alanı
B. Firmanın kapanma noktası
C. Firmanın başa baş noktası
D. Firmanın kısa dönem arz eğrisi
E. Firmanın uzun dönem arz eğrisi

24.



Yukarıdaki şekle göre rekabetçi bir firma kısa dönemde hangi fiyatın altında satış yapmayacaktır?

A. P1
B. P2
C. P3
D. P4
E. P5



25 ve 26. sorular yukarıdaki şekle göre cevaplanacaktır.

25. Şekle göre tam rekabetçi piyasada çalışan bir firma hangi noktada üretimi durdurur?

A. A
B. B
C. C
D. D
E. E

26. Şekle göre firmanın kısa dönem arz eğrisi aşağıdakilerden hangisidir?

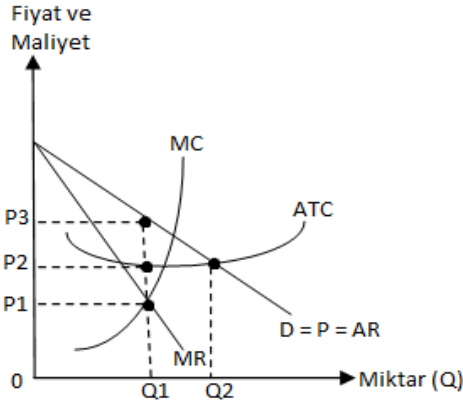
A. MC eğrisinin E noktasının üstünde kalan kısmı
B. ATC eğrisi
C. MC eğrisinin D noktasının üstünde kalan kısmı
D. AVC eğrisinin D noktasının üstünde kalan kısmı
E. MC eğrisinin B noktasının üstünde kalan kısmı

27. Rekabetçi piyasadaki bir firma üretime devam kararı alırken hangi maliyeti dikkate alacaktır?
 A. Ortalama değişken maliyeti
 B. Marjinal maliyeti
 C. Ortalama sabit maliyeti
 D. Ortalama toplam maliyeti
 E. Toplam maliyeti
28. Rekabetçi piyasada uzun dönemde aşağıdaki durumlardan hangisi geçerli değildir?
 A. Bazı firmalar piyasadandan çekilebilir.
 B. Pozitif kar artar.
 C. Malın fiyatı düşer.
 D. Piyasaya yeni firmalar girer.
 E. Malın arzı artar.
29. Bir malın fiyatı ortalama maliyetin üzerinde ise aşağıdakilerden hangisi söz konusu olur?
 A. Normal kar
 B. Pozitif kar
 C. Negatif kar
 D. Sıfır kar
 E. Ekonomik kar
30. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasasına örnek olabilir?
 A. Beyaz eşya piyasası
 B. Sabun piyasası
 C. Otomobil piyasası
 D. Deterjan piyasası
 E. Ekmek piyasası

ÜNİTE 7 – EKSİK REKABET PİYASALARI

1. I. Tam rekabet piyasası
 II. Tekel piyasası
 III. Oligopol piyasası
 IV. Tekelci rekabet piyasası
 Yukarıdakilerden hangisi ya da hangileri eksik rekabet piyasalarındandır?
 A. Yalnız I
 B. I ve III
 C. II ve IV
 D. II, III ve IV
 E. I, II, III ve IV
2. I. Endüstride bir firma vardır.
 II. Yakın ikamesi olmayan mal satılmaktadır.
 III. Piyasaya giriş engellidir.
 IV. Alıcı sayısı sınırlıdır.
 Yukarıdakilerden hangisi veya hangileri tekelleşmiş piyasanın varsayımlarından değildir?
 A. Yalnız III
 B. Yalnız IV
 C. I ve II
 D. II ve IV
 E. I, II ve III

3. Tekel piyasasında firma arzı aynı zamanda aşağıdakilerden hangisini göstermektedir?
 A. Piyasa dengesini
 B. Piyasa fiyatını
 C. Piyasa talebini
 D. Piyasa arzını
 E. Piyasa koşullarını
4. I. Yasal engeller
 II. Gerekli kaynağın yada hammaddeyi sadece bir firmanın elinde bulunması
 III. Ölçek ekonomileri
 Yukarıdakilerden hangisi veya hangileri tekelleşmiş piyasadaki giriş engellerindendir?
 A. Yalnız I
 B. Yalnız II
 C. I ve III
 D. II ve III
 E. I, II ve III
5. Ölçek ekonomileri sadece tek bir firmanın faaliyetini devam ettirmesine olanak sağlayacak nitelikte ise, bu endüstri aşağıdakilerden hangisidir?
 A. Olidopol
 B. Düopol
 C. Doğal tekelleşme
 D. Doğal monopson
 E. Yasal tekelleşme
6. Tekelci firmanın talep eğrisi aynı zamanda aşağıdakilerden hangisini temsil etmektedir?
 A. Piyasa arz eğrisi
 B. Piyasa talep eğrisi
 C. Marjinal maliyet eğrisi
 D. Marjinal hasılat eğrisi
 E. Toplam hasılat eğrisi
7. Tekelci bir firmanın marjinal gelirinin malın satış fiyatından daha az olmasının sebebi hangisidir?
 A. Tekelci firma daha çok mal satabilmek için fiyatı düşürmek zorundadır.
 B. Piyasaya giriş engeli vardır.
 C. Yakın ikamesi olmayan mal satmaktadır.
 D. Talep eğrisi artandır.
 E. Tekelci firma daha çok mal satabilmek için fiyatı artırmak zorundadır.
8. Tekelci firmanın talep eğrisi esnek olduğunda marjinal gelir için aşağıdakilerden hangisi söylenir?
 A. Negatiftir.
 B. Pozitiftir.
 C. Maksimumdur.
 D. Sıfırdır.
 E. Minimumdur.
- 9.



Yukarıdaki grafiğe göre aşağıdakilerden hangisi karı maksimize eden fiyat ve üretim düzeyidir?

- A. P1-Q1
- B. P1-Q2
- C. P2-Q1
- D. P3-Q1
- E. P3-Q2

10. Aşağıdakilerden hangisi fiyat farklılaştırmasının koşulu değildir?

- A. Arbitraj engellenmiş olmalıdır.
- B. Müşteriler ödemeye razı oldukları fiyata göre ayrıştırılmalıdır.
- C. Fiyat veri olmalıdır.
- D. Firma ürünün fiyatı üzerinde kontrol gücüne sahip olmalıdır.
- E. Malın bir piyasadan düşük fiyattan alınıp, başka bir piyasada yüksek fiyata satışı engellenmiş olmalıdır.

11. Tekelci firmanın fiyat farklılaştırması yapmasının temel nedeni hangisidir?

- A. Üretimi arttırmak
- B. Reklam harcamalarını azaltmak
- C. Rekabeti arttırmak
- D. Maliyetleri düşürmek
- E. Karı arttırmak

12. Tekelci firmanın malın her birimini farklı müşterilere ödemeye hazır oldukları en yüksek fiyattan satması, fiyat farklılaştırmasının hangi türüne örnektir?

- A. Birimler arası fiyat farklılaştırması
- B. Miktarlar arası fiyat farklılaştırması
- C. Alıcılar arası fiyat farklılaştırması
- D. İkinci derece fiyat farklılaştırması
- E. Üçüncü fiyat farklılaştırması

13. Aşağıdakilerden hangisi tüketici refahının bir ölçüsü olarak kabul edilen ve malın tüketiciler gözündeki değerinin ödenen fiyattan fazla olmasını ifade eden tanımdır?

- A. Üretici rantı
- B. Üretici fazlası
- C. Tüketici fazlası
- D. Toplam rant
- E. Piyasa artığı

14. Tekelci firmanın uyguladığı hangi fiyat farklılaştırması durumunda tüketici fazlası oluşmaz ve piyasadaki tüm fazlalık kar olarak tekolci firmaya gider?

- A. Tam fiyat farklılaştırması
- B. Birimler arası fiyat farklılaştırması
- C. Miktarlar arası fiyat farklılaştırması
- D. Alıcılar arası fiyat farklılaştırması
- E. İkinci derece fiyat farklılaştırması

15. Aşağıdakilerden hangisi talep eğrisinin altında ve söz konusu fiyatın üzerinde kalan üçgen alanı göstermektedir?

- A. Üretici rantı
- B. Üretici fazlası
- C. Tüketici fazlası
- D. Toplam rant
- E. Piyasa artığı

16. Aşağıdakilerden hangisi tekol piyasasında belirlenen fiyatı göstermektedir?

- A. $P=MR=MC$
- B. $P>MR=MC$
- C. $P<MR=MC$
- D. $P=AR=MR$
- E. $P>AR>MR$

17. Tam rekabet ve tekol piyasası ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- A. Tekelde üretim daha çok fiyat daha düşüktür.
- B. Tekelde daha az üretim daha yüksek fiyat uygulaması vardır
- C. Tekel ile tam rekabetin üretimi aynıdır.
- D. Tam rekabette daha az üretim vardır.
- E. Tam rekabette fiyat daha yüksektir.

18. Aşağıdakilerden hangisi tekolci rekabet piyasasının özelliklerinden biri değildir?

- A. Çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.
- B. Homojen ürün satılmaktadır.
- C. Piyasaya giriş çıkış kolaydır.
- D. Farklılaştırılmış ürün satılmaktadır.
- E. Firmalar piyasa fiyatını etkileyecek güce sahiptirler.

19. Bir ürünü diğer satıcıların ürünlerinden farklılaştırma çabaları ürünün fiyatı dışındaki unsurlar ile yapılmakta ise, bu unsurlara ne ad verilmektedir?

- A. Fiyat dışı rekabet unsurları
- B. Satış unsurları
- C. Pazarlama unsurları
- D. Piyasa unsurları
- E. Kalite unsurları

20. Ortalama toplam maliyeti (AC) minimize eden üretim miktarına ne ad verilmektedir?

- A. Atıl kapasite
- B. Eksik kapasite
- C. Kullanılmayan kapasite
- D. Etkin olmayan ölçek
- E. Etkin ölçek

21. Bir firma etkin ölçeğin altında üretim gerçekleştiriyorsa aşağıdakilerden hangisi söz konusudur?
 A. Etkin ölçek
 B. Mark-up
 C. Arbitraj
 D. Atıl kapasite
 E. Eksik ölçek
22. Malların satış fiyatlarına marjinal maliyetler üzerine getirilen ek kısma ne ad verilmektedir?
 A. Arbitraj
 B. Atıl kapasite
 C. Arbitraj
 D. Mark-up
 E. Fiyat farklılaştırması
23. Az sayıda büyük firmanın homojen ya da farklılaştırılmış ürün sattığı piyasaya ne ad verilmektedir?
 A. Tekel
 B. Monopol
 C. Tam rekabet
 D. Oligopol
 E. Tekelci rekabet
24. Oligopol piyasasındaki her firma fiyat, miktar ve reklam harcaması gibi konularda rakiplerinin tepkilerini göz önünde bulundurmak zorundadırlar. Bu durum oligopol piyasasının hangi özelliğini yansıtmaktadır?
 A. Fiyat dışı rekabetin varlığı
 B. Homojen veya farklılaştırılmış ürün olması
 C. Çok sayıda alıcı olması
 D. Az sayıda satıcı olması
 E. Firmalar arası karşılıklı bağımlılık olması
25. I. Az sayıda satıcı vardır.
 II. Çok sayıda alıcı vardır.
 III. Homojen veya farklılaştırılmış ürünler satılmaktadır.
 IV. Piyasaya giriş kısıtlıdır.
 V. Yakın ikamesi olmayan mallar satılmaktadır.
 Yukarıdakilerden hangisi oligopol piyasasının varsayımlarından biri değildir?
 A. I B. II C. III D. IV E. V
26. Yeni firmaların piyasaya girişini engelleyen fiyatlandırma stratejisine ne ad verilmektedir?
 A. Kartel
 B. Mark-up
 C. Dirsekli talep
 D. Sınırlı fiyatlandırma
 E. Kota
27. Oligopol piyasasındaki fiyat katılıklarını aşağıdakilerden hangisi açıklamaktadır?
 A. Kartel
 B. Fiyat liderliği
 C. Dirsekli talep teorisi
 D. Mark-up
 E. Arbitraj

28. I. Fiyat değişikliğini çok yapmamak
 II. Sınır fiyatlandırma
 III. İletişim kurmak
 Yukarıdakilerden hangisi veya hangileri lider firmanın fiyat belirlerken izlediği yöntemleri göstermektedir?
 A. Yalnız I
 B. Yalnız II
 C. Yalnız III
 D. II ve III
 E. I, II ve III
29. Az sayıda firmanın fiyat belirlerken işbirliği yaptığı, lider konumdaki firmanın fiyat belirlediği ve diğer firmaların da bu fiyatı takip ettiği model aşağıdakilerden hangisidir?
 A. Fiyat liderliği
 B. Dirsekli talep modeli
 C. Kartel
 D. Tam oligopol
 E. Kısmi oligopol
30. I. Kartel teorisi
 II. Fiyat liderliği teorisi
 III. Dirsekli talep teorisi
 Yukarıdakilerden hangisi veya hangileri oligopol modeli içinde yer almaktadır?
 A. Yalnız I
 B. Yalnız II
 C. Yalnız III
 D. II ve III
 E. I, II ve III

ÜNİTE 8 – KAMUSAL (SOSYAL) MALLAR, DIŞSALLIK, ASİMETRİK BİLGİ VE SOSYAL TERCİH

1. Bir piyasanın ya da piyasa sisteminin mal ve hizmetleri bütünüyle veya ekonomik olarak optimal biçimde sağlamadaki yetersizliğine ne ad verilir?
 A. Ortak kaynak
 B. Özel mal
 C. Dışlanabilirlik
 D. Piyasa başarısızlığı
 E. Tüketimde rakiplik
2. Aşağıdakilerden hangisine göre piyasa başarısızlığı, belirli bir mal veya hizmet için marjinal sosyal maliyetlerin marjinal sosyal faydalarla bir olmadığı zaman meydana gelmektedir?
 A. Keynes
 B. A. Smith
 C. D. Ricardo
 D. J.S.Mill
 E. Piquou

3. Bir mal hem dışlanabilir hem de tüketimde rakip mal olma özelliklerine sahip ise bu mal hangisidir?
 - A. Özel mal
 - B. Kamusal mal
 - C. Ortak mal
 - D. Dışsal mal
 - E. Sosyal mal
4. Dışlanamayan ancak tüketimde rakip olan mallara ne ad verilmektedir?
 - A. Sosyal mal
 - B. Ortak kaynak
 - C. Özel mal
 - D. Serbest mal
 - E. İktisadi mal
5. Dışlanabilen fakat tüketimde rakipsiz mallara ne ad verilmektedir?
 - A. Kamu malı
 - B. Dışlanamayan mal
 - C. Tüketimde rakip olmayan mal
 - D. Özel mal
 - E. Doğal tekel
6. Hem dışlanamayan hem de tüketimde rakipsiz mallara ne ad verilmektedir?
 - A. Doğal tekel
 - B. Rakip olmayan mal
 - C. Kamu malı
 - D. Özel mal
 - E. Dışlanamayan mal
7. Malın parasını ödemeyen kişinin tüketimi malı arz edenler tarafından engellenemiyor ise bu mallara ne ad verilir?
 - A. Kamu malı
 - B. Dışlanamayan mal
 - C. Özel mal
 - D. Tüketimde rakipsiz mal
 - E. Yapay kıt mal
8. İnternet ve kablolu tv yayınları aşağıdakilerden hangisine örnek olarak gösterilmektedir?
 - A. Yapay kıt mallar
 - B. Kamu malları
 - C. Özel mallar
 - D. Dışlanamayan mallar
 - E. Tüketimde rakip olmayan mallar
9. Aşağıdakilerden hangisi kamusal mala örnek olarak gösterilemez?
 - A. Milli savunma
 - B. Üniversite eğitimi
 - C. Milli güvenlik
 - D. Adalet
 - E. Emniyet
10. Aşağıdakilerden hangisi kamu mallarının özelliklerinden değildir?
 - A. Kamu malları devlet tarafından üretilir.
 - B. Tüketimde rekabet yoktur.
 - C. Pozitif dışsallığı özel mallara göre daha düşüktür.
 - D. Toplumsal ihtiyaçları karşılamaya yöneliktir.
 - E. Kamu malları bölünemez, pazarlanamaz ve fiyatlandırılmaz.
11. Bir kişinin kamu malından fayda elde etmesine karşın, kamu malının finansmanında herhangi bir maliyet yüklenmekten kaçınmasına ne ad verilmektedir?
 - A. Dışsal fayda sorunu
 - B. Sosyal fayda sorunu
 - C. Dolaylı mal elde etme sorunu
 - D. Bedavacılık sorunu
 - E. Fayda yansıması sorunu
12. Kamusal mallarda etkin üretim miktarının belirlenebilmesi için gerekli olan koşul hangisidir?
 - A. Marjinal fayda = Marjinal gelir
 - B. Toplam fayda = Toplam gelir
 - C. Marjinal sosyal fayda = Fiyat
 - D. Ortalama sosyal maliyet = Toplam fayda
 - E. Marjinal sosyal fayda = Marjinal maliyet
13. Kamusal maldan fayda sağlayan her bireyin marjinal fayda toplamlarına ne ad verilmektedir?
 - A. Marjinal toplam maliyet
 - B. Marjinal sosyal maliyet
 - C. Marjinal özel fayda
 - D. Marjinal sosyal fayda
 - E. Marjinal dışsal maliyet
14. Özel tüketim veya üretim faaliyetlerinin tüketici veya üretici tarafından ödenmeyen maliyetlerine ne ad verilmektedir?
 - A. Negatif dışsallık
 - B. Pozitif dışsallık
 - C. Marjinal dışsallık
 - D. Sosyal dışsallık
 - E. Dışsallık
15. Aşağıdakilerden hangisi bir mal veya hizmetten ek bir birim daha üretildiğinde o mal veya hizmetin üreticisi tarafından karşılanan maliyettir?
 - A. Marjinal toplam maliyet
 - B. Marjinal içsel maliyet
 - C. Marjinal dışsal maliyet
 - D. Marjinal sosyal maliyet
 - E. Marjinal özel maliyet
16. Üretimin sonucunda oluşan marjinal özel maliyet ile marjinal dışsal maliyet toplamı aşağıdakilerden hangisidir?
 - A. Marjinal sosyal maliyet
 - B. Toplam maliyet
 - C. Dışsal maliyet
 - D. İçsel maliyet
 - E. Optimal maliyet
17. Aşağıdakilerden hangisi dışsallık durumunda alınacak önlemlerle piyasadaki alıcı ve satıcıların eylemlerinin sonuçlarının hesaba katmalarını ifade etmektedir?
 - A. Toplumsal fayda
 - B. Düşünceli üretici
 - C. Dışsallıkların içselleştirilmesi
 - D. Sübvansiyon
 - E. Pozitif dışsallık

18. Eğitim hizmeti sonucunda aşağıdakilerden hangisi oluşur?
 A. Negatif dışsallık
 B. Pozitif dışsallık
 C. Sosyal dışsallık
 D. Marjinal dışsallık
 E. Olumsuz dışsallık
19. Bir malın tüketicisinin malın ek biriminden elde ettiği fayda hangisidir?
 A. Marjinal dışsal fayda
 B. Marjinal özel fayda
 C. Marjinal sosyal fayda
 D. Marjinal içsel maliyet
 E. Marjinal sosyal maliyet
20. Tüketicisi dışında başka birinin malın ek biriminden elde ettiği faydaya ne ad verilir?
 A. Marjinal dışsal fayda
 B. Marjinal özel fayda
 C. Marjinal sosyal fayda
 D. Marjinal içsel maliyet
 E. Marjinal sosyal maliyet
21. Aşağıdakilerden hangisi malların marjinal özel faydası ve maliyetinin ayarlanmasını ifade etmektedir?
 A. Dışsallıkların içselleştirilmesi
 B. Negatif dışsallık
 C. Pozitif dışsallık
 D. Dışsallıkların düzenlenmesi
 E. Toplumsal faydanın sağlanması
22. Devlet negatif dışsallıkları aşağıdakilerden hangisi ile doğrudan içselleştirebilir?
 A. Vergi
 B. Üretimi üstlenme
 C. Üretimi kısıtlama
 D. Sübvansiyon
 E. Üretime müdahale
23. Negatif dışsallık durumunda içselleştirme aşağıdakilerden hangisi ile yapılmaktadır?
 A. Marjinal sosyal fayda – Marjinal sosyal maliyet
 B. Marjinal dışsal maliyet – Marjinal dışsal fayda
 C. Marjinal dışsal fayda – Marjinal özel fayda
 D. Marjinal dışsal maliyet + Marjinal özel maliyet
 E. Marjinal dışsal maliyet + marjinal dışsal fayda
24. Bir kirleticinin marjinal zarara eşit miktarda, çıktısının her birinden alınan vergiye ne ad verilmektedir?
 A. Klasik vergi
 B. Advolarem vergi
 C. Satış vergisi
 D. Pigoucu vergi
 E. Coase vergi
25. Belli koşullar altında negatif veya pozitif dışsallıkların varlığında devlet müdahalesi olmaksızın özel taraflar arasında etkin çözümün sağlanmasına ne ad verilir?
 A. Say kanunu
 B. Klasik teorem
 C. Pigoucu vergi
 D. Coase teoremi
 E. Ricardo etkisi
26. Aşağıdakilerden hangisi coase teoreminin işlemesi için gerekli olan koşullardan değildir?
 A. Tarafların mülkiyet hakları bulunmalıdır.
 B. Müzakere için herhangi bir engel olmamalıdır.
 C. İşlem sınırlı sayıda kişiyi engellemelidir.
 D. Giderler aşırı derecede yüksek olmamalıdır.
 E. Mübadele maliyeti yüksek olmamalıdır.
27. Ters seçim kavramı ilk defa aşağıdaki sektörlerden hangisinde kullanılmıştır?
 A. Eğitim
 B. Sigortacılık
 C. Sağlık
 D. Otomobil
 E. Finans
28. Aşağıdakilerden hangisi toplumun isteğine göre karar verme sorunu olarak ifade edilmektedir?
 A. Ahlaki tehlike
 B. Ters seçim
 C. Sosyal tercih
 D. Asimetrik bilgi
 E. Dışsallık
29. Aşağıdakilerden hangisi tarihsel süreç içerisinde devlet piyasa ilişkilerinin değiştirilmesinde en önemli gelişme olarak kabul edilmektedir?
 A. 1960'lı yıllar sosyal refah devleti anlayışının gelişmesi
 B. II. Dünya Savaşı sonrası dönem
 C. I. Dünya Savaşı sonrası dönem
 D. 1970'li yıllarda yaşanan petrol krizi
 E. 1929 büyük buhran dönemi
30. Pozitif dışsallık meydana getiren bir ekonomik faaliyetin marjinal dışsal faydasını içselleştirmek için yapılan sübvansiyon uygulaması hangi koşulun sağlanması durumunda etkinlik sağlayacaktır?
 A. Marjinal özel maliyet = Marjinal sosyal maliyet
 B. Marjinal özel maliyet > Marjinal sosyal maliyet
 C. Marjinal sosyal fayda < Marjinal sosyal fayda
 D. Marjinal sosyal fayda > Marjinal sosyal maliyet
 E. Marjinal sosyal fayda = Marjinal sosyal maliyet

2013 AÖF FİNAL SINAVINDA ÇIKMIŞ SORULAR

1. I. Faiz
II. Rant
III. Ücret
IV. Kar

Rize’li bir kişinin, çay toplanması amacıyla sahip olduğu araziye belirli bir süre için başkasına vermesi sonucu elde edeceği gelir yukarıdakilerden hangisidir?

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

2. Sadece savaş uçağı üretilen ve okul inşa edilen bir ekonomide 60 adet savaş uçağı üretilirken 100 adet okul inşa edilebilmekte, üretilen savaş uçağı sayısı 100’e çıkarıldığında ise inşa edilen okul sayısı 40’a inmektedir. Buna göre, 1 adet daha fazla savaş uçağı üretmenin fırsat maliyeti aşağıdakilerden hangisidir?

- A. 1/3
B. 2/5
C. 2/3
D. 3/5
E. 1/2

3. Aşağıdakilerden hangisi ikame mallara örnektir?

- A. Sigara-çakmak
B. Ayran-yoğurt
C. Kapı-kapı kolu
D. Kola –şeker
E. Dolmuş-otobüs

4. Talebin fiyat esnekliği aşağıdakilerden hangisine eşit olursa esnek olmayan talepten bahsedilir?

- A. $\epsilon = \infty$
B. $\epsilon > 1$
C. $0 < \epsilon < 1$
D. $\epsilon = 1$
E. $\epsilon = 0$

5. Bir firmanın ürettiği malın fiyatı %1 artınca arz ettiği mal miktarı %1’den biraz daha fazla artmaktadır. Bu durumda firmanın arz esnekliği aşağıdakilerden hangisidir?

- A. $\epsilon = 0$
B. $0 < \epsilon < 1$
C. $\epsilon > 1$
D. $\epsilon = 1$
E. $\epsilon = \infty$

6. Aşağıdakilerden hangisinin sonucu emeğin ortalama ürününü verir?

- A. $\frac{K}{APP_L}$
B. $\frac{P_L}{APP_K}$
C. $\frac{P_K}{P_L}$
D. $\frac{P_L}{P_K}$
E. TPP/L

7. Bir firma girdilerini %20 oranında artırdığında üretimde %25 oranında artış gerçekleşmektedir. Bu durumda ne tür bir getiri söz konusudur?

- A. Reel getiri
B. Nominal getiri
C. Ölçeğe göre azalan getiri
D. Ölçeğe göre sabit getiri
E. Ölçeğe göre artan getiri

8. Kısa dönemde, marjinal maliyetlerdeki artış, emeğin marjinal ürününü nasıl etkilemektedir?

- A. Emeğin marjinal ürünü azalır.
B. Emeğin marjinal ürünü artar.
C. Emeğin marjinal ürünü değişmez.
D. Emeğin marjinal ürünü önce artar sonra azalır.
E. Emeğin marjinal ürünü önce azalır sonra artar.

9. Kısa dönemde emeğin marjinal verimliliğinin azalması, iktisatta hangi kanunla açıklanmaktadır?

- A. Talep kanunu
B. Artan verimler kanunu
C. Artan maliyetler kanunu
D. Azalan verimler kanunu
E. Azalan marjinal ikame kanunu

10. Üretim miktarı bir birim artırıldığında ortaya çıkan maliyet artışı aşağıdakilerden hangisidir?

- A. Marjinal maliyet
B. Ortalama değişken maliyet
C. Sabit maliyet
D. Ortalama maliyet
E. Fırsat maliyeti

11. Üretime bağlı olarak çizilen ortalama sabit maliyet eğrisinin şekli ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- A. Sabittir.
B. Paraboldür.
C. Artandır.
D. Artarak artandır.
E. Sürekli azalandır.

12. Aşağıdaki eşitliklerden hangisi tam rekabet piyasasına özgü bir durumdur?

- A. $MR=MC$
- B. $TR=TC$
- C. $P=MC=MR=AR$
- D. $P=AVC$
- E. $P=ATC$

13. Herhangi bir piyasa için karın en yüksek noktasına ulaştığı üretim düzeyi durumu aşağıdakilerden hangisidir?

- A. $MR=AFC$
- B. $MR=MC$
- C. $MR=TFC$
- D. $TR=TC$
- E. $P=TC$

14. Uzun dönemde rekabetçi bir firmanın denge durumu ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- A. Ekonomik kar sıfırdır.
- B. Sadece bu denge noktasında marjinal maliyet eğrisi, ortalama toplam maliyet eğrisini minimumunda kesmektedir.
- C. Potansiyel firmaların piyasaya girmek için herhangi bir nedeni yoktur.
- D. Uzun dönemde sabit maliyetler ortadan kalkmakta, bütün maliyetler değişken maliyet haline gelmektedir.
- E. Firma ekonomik kar veya zarar edebilir.

15. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasasının sahip olduğu özelliklerinden biri değildir?

- A. Piyasadaki firmaların tam bilgiye sahip olması
- B. Piyasaya giriş çıkışın serbest olması
- C. Piyasada alınıp satılan mal veya hizmetin homojen olması
- D. Bu piyasadaki her bir firma diğer firmaların fiyat ve üretim kararlarını önemsemesi
- E. Piyasada çok sayıda üretici ve tüketicinin olması

16. Tekelci bir firma için talebin fiyat esnekliği 1'den büyükse aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- A. Firma fiyatını düşürdüğünde toplam gelir azalır.
- B. Marjinal gelir negatiftir.
- C. Marjinal gelir sıfırdır.
- D. Firma fiyatını düşürdüğünde toplam gelir artar.
- E. Firma üretim ve satış gerçekleştirmez.

17. Aşağıdakilerden hangisi tekel piyasasının varsayımlarından biri değildir?

- A. Endüstride sadece bir firma vardır.
- B. Piyasadaki her firma farklılaştırılmış bir ürün satar.
- C. Tek satıcı yakın ikamesi olmayan bir ürün satmaktadır.
- D. Piyasaya giriş için oldukça etkili engeller vardır.
- E. Tekelin arz eğrisi yoktur.

18. Oligopol piyasasında her firmanın karının sadece kendi fiyatına ve satış rakamlarına değil, diğer firmalarınkine de bağlı olmasına ne ad verilir?

- A. Karşılıklı bağımlılık
- B. Piyasa dengesi
- C. Fiyat dışı rekabet
- D. Fiyat farklılaştırması
- E. Ürün farklılaştırması

19. Malın aynı biriminin aynı anda birden fazla kişi tarafından tüketilememesi durumuna ne ad verilir?

- A. Beleşçilik
- B. Tüketimde rakip olmama
- C. Dışlanamazlık
- D. Tüketimde rakiplik
- E. Dışlanabilirlik

20. Bir kişinin kamu malından fayda elde etmesine karşın, kamu malının finansmanında herhangi bir maliyet yüklenmekten kaçınılması durumuna ne ad verilir?

- A. Fırsat maliyeti
- B. Bedavacılık
- C. Kamusal maliyet
- D. Fırsatçılık
- E. Marjinal maliyet

Cevap anahtarı: 1. B 2.C 3.E 4.C 5.C 6.E 7.E 8.A 9.D 10.A 11.E 12.C 13.B 14.B 15.D 16.D 17.B 18.A 19.D 20.B