

Prof. Dr. Erdal M. Ünsal

Ankara Üniversitesi
Siyasal Bilgiler Fakültesi
İktisat Bölümü Öğretim Üyesi

İKTİSADA GİRİŞ

Genişletilmiş 5. Baskı



BB101

Ankara, 2016

Erdal M. Ünsal

İktisada Giriş

BB101 Yayınları: 14

5. Baskı: Ağustos 2016;

1-4. Baskılar: 2007-2014 (İmaj Yayınları)

ISBN 13: 978-605-9802-07-9

Copyright © 2016, BB101 Yayınları®

Tüm hakları saklıdır. Hiçbir şekilde tamamı veya herhangi bir parçası yayınevinin yazılı izni olmaksızın fotokopiyle veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz ve dağıtılamaz. Bunu yapanlar veya buna teşebbüs edenler hakkında kanunî takibat yaptırma hakkı saklıdır.

Kapak Tasarımı: Muhsin Doğan

Baskı: Tarcan Matbaası

Adres: Zübeyde Hanım Mah. Samyeli Sok. No: 15, İskitler, Ankara

Telefon: (312) 384 34 35-36 • Faks: (312) 384 34 37 • Sertifika No: 25744



ÖZET İÇİNDEKİLER

- 1 İKTİSAT, İKTİSADİ MESELE VE İKTİSADİ ANALİZ**
- 2 ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ VE İKTİSADİ SİSTEMLER**
- 3 ARZ, TALEP VE PİYASA DENGESİ**
- 4 HÜKÜMET MÜDAHALELERİ**
- 5 TAM REKABET PİYASASINDA ETKİNLİK**
- 6 ULUSLARARASI TİCARET**
- 7 PİYASA BAŞARISIZLIĞI**
- 8 TÜKETİCİ DENGESİ VE TALEP**
- 9 TALEP ESNEKLİKLERİ**
- 10 ÜRETİM TEKNOLOJİSİ**
- 11 ÜRETİM MALİYETLERİ**
- 12 TAM REKABETTE ÜRETİM VE FİYATLANDIRMA**
- 13 MONOPOLDE ÜRETİM VE FİYATLANDIRMA**
- 14 MONOPOLCÜ REKABETTE ÜRETİM VE FİYATLANDIRMA**
- 15 OLİGOPOLDE ÜRETİM VE FİYATLANDIRMA**
- 16 EMEK PİYASASI**
- 17 GELİR DAĞILIMI VE FAKİRLİK**
- 18 MAKRO İKTİSAT: İKTİSADİ BÜYÜME VE DALGALANMALAR**
- 19 EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ (1): HASILANIN ÖLÇÜLMESİ**
- 20 EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ (2): ENFLASYON**
- 21 EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ (3): İŞSİZLİK**
- 22 PARASAL SİSTEM**
- 23 UZUN DÖNEMDE HASILA VE FİYAT DÜZEYİ: KLASİK MAKRO MODEL**
- 24 İKTİSADİ BÜYÜME**
- 25 PLANLANAN HARCAMA VE MAL PİYASASINDA DENGİ**
- 26 MAL VE PARA PİYASALARINDA DENGİ: IS-LM MODELİ**
- 27 TOPLAM TALEP VE TOPLAM ARZ: MAKRO DENGİ**
- 28 İKTİSADİ DALGALANMALARA ALTERNATİF BİR YAKLAŞIM: TAYLOR-ROMER MODELİ**
- 29 AÇIK EKONOMİ MAKRO İKTİSADİ**

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ

xix

KISIM I: GİRİŞ

BÖLÜM 1

İKTİSAT, İKTİSADİ MESELE ve İKTİSADİ ANALİZ 3

1.1	BAZI KAVRAMLAR	5
1.1.1	İSTEKLER	5
1.1.2	MALLAR ve HİZMETLER	6
1.1.3	TÜKETİM	7
1.1.4	ÜRETİM	8
1.1.5	KAYNAKLAR	8
1.2	KITLIK, İKTİSAT ve İKTİSADİ MESELE	11
1.3	TAM İSTİHDAM, BÜYÜME ve ETKİNLİK	13
1.4	MİKRO İKTİSAT ve MAKRO İKTİSAT	15
1.5	MİKRO TEMELLER ve TERKİP HATASI	16
1.6	POZİTİF İKTİSAT ve NORMATİF İKTİSAT	17
1.7	BİLİMSEL YÖNTEM	19
1.8	VARSAYIMLAR, DENKLEMLER ve DENGİ	22
1.9	KORELASYON ve NEDENSELLİK: YANLIŞ NEDEN HATASI	24
1.10	İKTİSADİ DÜŞÜNMENİN TEMEL PRENSİPLERİ	25
1.10.1	İKTİSADİ KARARLARIN FIRSAT MALİYETİNİN OLMASI	25
1.10.2	İKTİSADİ KARARLARIN RASYONEL OLMASI	27
1.10.3	İKTİSADİ KARARLARIN MARJİNAL YARAR-MARJİNAL MALİYET BAZINDA ALINMASI: MARJİNALİZM	28
1.11	DAVRANIŞSAL İKTİSAT: İKTİSAT + PSİKOLOJİ	30
	ÖZET	32
	TEMEL KAVRAMLAR	35
	ÇALIŞMA SORULARI	35
	BÖLÜM 1 EK: GRAFİKLER	36

BÖLÜM 2

ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ ve İKTİSADİ SİSTEMLER 45

2.1	ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ	47
2.1.1	ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİNİN TANIMI	47
2.1.2	ARTAN FIRSAT MALİYETİ KANUNU	48
2.1.3	ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ ve ETKİNLİK	51
2.1.4	ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ ve BÜYÜME	52
2.2	İKTİSADİ SİSTEMLER	55
2.2.1	ALTERNATİF İKTİSADİ SİSTEMLER	55
2.2.2	PİYASA KAPİTALİZMİNİN ÖZELLİKLERİ	57
2.2.2.1	TEMEL ÖZELLİKLER	57
2.2.2.2	DİĞER ÖZELLİKLER	58
2.3	PİYASA MEKANİZMASI	60
2.3.1	PİYASALAR ve SEKTÖRLER	60
2.3.2	DEVİRİ AKIM ŞEMASI	61
2.3.3	PİYASA MEKANİZMASININ İŞLEYİŞİ: GENEL BİR BAKIŞ	63
2.3.4	GÖRÜNMEZ EL ve PİYASA BAŞARISIZLIĞI	64
2.3.5	İKTİSAT POLİTİKASI	66
2.3.6	İKTİSATÇILAR ve İKTİSAT POLİTİKASI	67
	ÖZET	68
	TEMEL KAVRAMLAR	69
	ÇALIŞMA SORULARI	70

KISIM II: TAM REKABET PİYASASININ İŞLEYİŞİ

BÖLÜM 3

ARZ, TALEP ve PİYASA DENGESİ 73

3.1	TALEP	75
3.1.1	TALEP EDİLEN MİKTAR	75
3.1.2	BİREYSEL TALEP EĞRİSİ	75
3.1.3	PİYASA TALEP EĞRİSİ	78
3.1.4	TALEP EDİLEN MİKTARIN ve TALEBİN DEĞİŞMESİ	80
3.1.5	TALEBİN BELİRLEYİCİLERİ	81
3.2	ARZ	84
3.2.1	BİREYSEL ARZ EĞRİSİ	84
3.2.2	PİYASA ARZ EĞRİSİ	87
3.2.3	ARZ EDİLEN MİKTARIN ve ARZIN DEĞİŞMESİ	88
3.2.4	ARZIN BELİRLEYİCİLERİ	89
3.3	PİYASA DENGESİ	92
3.3.1	FAZLA, NOKSAN ve PİYASA DENGESİ	92

3.3.2	PİYASA DENGESİNİN DEĞİŞMESİ	96
3.3.2.1	TALEBİN DEĞİŞMESİ	96
3.3.2.2	ARZIN DEĞİŞMESİ	98
3.3.2.3	ARZIN ve TALEBİN BİRLİKTE DEĞİŞMESİ	99
3.4	ARZ ve TALEP ANALİZİNİN BAZI UYGULAMALARI	101
3.4.1	HİSSE SENEDİ PİYASASI	101
3.4.2	SAĞLIK SİGORTASI	102
	ÖZET	104
	TEMEL KAVRAMLAR	105
	ÇALIŞMA SORULARI	105

BÖLÜM 4

HÜKÜMET MÜDAHALELERİ 107

4.1	FİYAT TAVANI	109
4.2	FİYAT TABANI	115
4.3	VERGİLENDİRME	120
	ÖZET	124
	TEMEL KAVRAMLAR	125
	ÇALIŞMA SORULARI	125

BÖLÜM 5

TAM REKABET PİYASASINDA ETKİNLİK 127

5.1	TÜKETİCİ FAZLASI	129
5.2	ÜRETİCİ FAZLASI	132
5.3	TOPLAM FAZLA ve ETKİNLİK	134
5.4	PİYASA DENGESİ ve ETKİNLİK	135
5.5	HÜKÜMET MÜDAHALELERİ ve ETKİNLİK	138
5.5.1	TAVAN FİYAT ve ETKİNLİK	138
5.5.2	TABAN FİYAT ve ETKİNLİK	139
5.5.3	VERGİLENDİRME ve ETKİNLİK	140
	ÖZET	141
	TEMEL KAVRAMLAR	142
	ÇALIŞMA SORULARI	142

BÖLÜM 6

ULUSLARARASI TİCARET 143

6.1	İHTİSASLAŞMA, TİCARET ve MUTLAK ÜSTÜNLÜKLER	145
6.2	İHTİSASLAŞMA ve MUKAYESELİ ÜSTÜNLÜKLER	146

6.3	ARZ-TALEP ANALİZİ ve SERBEST DIŞ TİCARET	151
6.3.1	İTHALATÇI ÜLKE	151
6.3.2	İHRACATÇI ÜLKE	154
6.4	KORUMACILIK	156
6.4.1	İTHALAT TARİFESİ	157
6.4.2	İTHALAT KOTASI	160
6.4.3	KORUMACILIK ve RANT ARAYIŞI	163
	ÖZET	164
	TEMEL KAVRAMLAR	164
	ÇALIŞMA SORULARI	165

BÖLÜM 7

PIYASA BAŞARISIZLIĞI 167

7.1	DIŞSALLIKLAR	169
7.1.1	ÜRETİMDE DIŞSALLIKLAR	171
7.1.2	TÜKETİMDE DIŞSALLIKLAR	174
7.1.3	PİGOUCU VERGİLENDİRME	177
7.1.4	COASE TEOREMİ	179
7.2	ASİMETRİK BİLGİ	179
7.2.1	MUKAVELE ÖNCESİ ASİMETRİK BİLGİ: LİMON MODELİ ve TERS SEÇİLME	180
7.2.2	SİNYAL-İŞARET GÖNDERME	185
7.2.3	HAVUZ DENGESİ ve AYIRICI DENGİ	185
7.2.4	MUKAVELE SONRASI ASİMETRİK BİLGİ	186
7.3	KAMU MALLARI	187
7.4	PIYASA GÜCÜ	190
	ÖZET	191
	TEMEL KAVRAMLAR	192
	ÇALIŞMA SORULARI	193

KISIM III: TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE TALEP

BÖLÜM 8

TÜKETİCİ DENGESİ ve TALEP 197

8.1	KARDİNAL YAKLAŞIM	199
8.1.1	TOPLAM FAYDA, MARJİNAL FAYDA ve AZALAN MARJİNAL FAYDA İLKESİ	199
8.1.2	TÜKETİCİ DENGESİ: EŞMARJİNAL İLKESİ	201
8.1.3	TÜKETİCİ DENGESİ ve BİREYSEL TALEP EĞRİSİ	206

8.1.4	DEĞER PARADOKSU	208
8.2	ORDİNAL YAKLAŞIM: FARKSIZLIK EĞRİLERİ TEORİSİ	210
8.2.1	BÜTÇE DOĞRUSU	210
8.2.2	FARKSIZLIK EĞRİSİ	212
8.2.3	TÜKETİCİ DENGESİ	215
8.2.4	TÜKETİCİ DENGESİ ve BİREYSEL TALEP EĞRİSİ	216
8.2.5	İKAME ETKİSİ ve GELİR ETKİSİ	218
8.2.6	GIFFEN MALI VAR MI?	221
	ÖZET	224
	TEMEL KAVRAMLAR	225
	ÇALIŞMA SORULARI	225

BÖLÜM 9

TALEP ESNEKLİKLERİ 227

9.1	TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ	229
9.1.1	FİYAT ESNEKLİĞİNİN TANIMI ve YORUMU	229
9.1.2	FİYAT ESNEKLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİ	232
9.1.3	ESNEKLİK ve EĞİM	236
9.1.4	ESNEKLİK ve TOPLAM HARCAMA	239
9.1.5	FİYAT ESNEKLİĞİNİN BELİRLEYİCİLERİ	241
9.1.6	FİYAT ESNEKLİĞİ ve VERGİNİN YANSIMASI	242
9.2	TALEBİN GELİR ESNEKLİĞİ	245
9.2.1	GELİR ESNEKLİĞİNİN TANIMI ve YORUMU	245
9.2.2	GELİR ESNEKLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİ	248
9.3	TALEBİN ÇAPRAZ ESNEKLİĞİ	249
	ÖZET	251
	TEMEL KAVRAMLAR	253
	ÇALIŞMA SORULARI	253

KISIM IV: ÜRETİM TEKNOLOJİSİ VE MALİYETLER

BÖLÜM 10

ÜRETİM TEKNOLOJİSİ 257

10.1	ÜRETİM YÖNTEMİ ve ÜRETİM FONKSİYONU	259
10.2	KISA DÖNEM ÜRETİM FONKSİYONU: AZALAN MARJİNAL VERİMLER KANUNU	261
10.2.1	TOPLAM ÜRÜN	261
10.2.2	MARJİNAL ÜRÜN ve ORTALAMA ÜRÜN	262
10.2.3	MARJİNAL ÜRÜN ve ORTALAMA ÜRÜN İLİŞKİSİ	263

10.2.4	TOPLAM, MARJİNAL ve ORTALAMA ÜRÜN EĞRİLERİ	265
10.2.5	AZALAN MARJİNAL VERİMLER KANUNU	266
10.3	UZUN DÖNEM ÜRETİM FONKSİYONU: ÖLÇEĞİN VERİMİ	267
	ÖZET	269
	TEMEL KAVRAMLAR	269
	ÇALIŞMA SORULARI	269

BÖLÜM 11

ÜRETİM MALİYETLERİ 271

11.1	MUHASEBE MALİYETİ-İKTİSADİ MALİYET AYIRIMI	273
11.2	KISA DÖNEM MALİYETLER	275
11.2.1	TOPLAM MALİYETLER	276
11.2.2	ORTALAMA MALİYETLER	276
11.2.3	KISA DÖNEM MARJİNAL MALİYET	280
11.3	UZUN DÖNEM MALİYETLER	282
11.3.1	UZUN DÖNEMDE EN DÜŞÜK MALİYETLE ÜRETİM	282
11.3.2	UZUN DÖNEM MALİYET KAVRAMLARI	285
11.3.3	UZUN DÖNEM ORTALAMA MALİYET EĞRİSİ	286
11.3.4	UZUN DÖNEM ve KISA DÖNEM ORTALAMA MALİYET EĞRİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: ZARF EĞRİSİ	288
11.3.5	UZUN DÖNEM MARJİNAL MALİYET EĞRİSİ	292
11.3.6	UZUN DÖNEM ve KISA DÖNEM MARJİNAL MALİYET EĞRİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ	293
	ÖZET	295
	TEMEL KAVRAMLAR	296
	ÇALIŞMA SORULARI	297

KISIM V: MAL PİYASASINDA ÜRETİM VE FİYATLANDIRMA

BÖLÜM 12

TAM REKABETTE ÜRETİM ve FİYATLANDIRMA 301

12.1	TAM REKABETİN TANIMI	303
12.2	TAM REKABETTE TALEP VE HASILAT	305
12.3	KISA DÖNEM FİRMA DENGİ KOŞULU	307
12.4	ALTERNATİF KISA DÖNEM DENGİ DURUMLARI	310
12.5	KISA DÖNEM FİRMA ARZ EĞRİSİ	315
12.6	KISA DÖNEM ENDÜSTRİ (PİYASA) ARZ EĞRİSİ	317
12.7	ARZ ESNEKLİĞİ	318
12.8	KISA DÖNEM ENDÜSTRİ ve FİRMA DENGESİ	323

12.9	UZUN DÖNEM FİRMA DENGESİ	325
12.10	UZUN DÖNEM FİRMA DENGESİ ve ETKİNLİK	330
	ÖZET	331
	TEMEL KAVRAMLAR	333
	ÇALIŞMA SORULARI	333

BÖLÜM 13

MONOPOLDE ÜRETİM ve FİYATLANDIRMA 335

13.1	MONOPOLÜN TANIMI	337
13.2	MONOPOLÜN KAYNAKLARI: GİRİŞ ENGELLERİ	338
13.3	MONOPOLDE TALEP ve ORTALAMA HASILAT	340
13.4	TOPLAM HASILAT	341
13.5	MARJİNAL HASILAT	342
13.6	MONOPOLDE KISA DÖNEM DENGE	344
13.7	MONOPOLCÜNÜN KAPATMA KOŞULU	346
13.8	TALEP ESNEKLİĞİ ve MONOPOLCÜ DENGESİ	349
13.9	MONOPOLDE ARZ EĞRİSİNİN OLMAMASI	350
13.10	UZUN DÖNEMDE DENGE	351
13.11	MONOPOLÜN SOSYAL MALİYETİ	351
13.12	MONOPOLÜN DÜZENLENMESİ	354
	13.12.1 MARJİNAL MALİYET FİYATLANDIRMASI	354
	13.12.2 ORTALAMA MALİYET FİYATLANDIRMASI	355
	13.12.3 SÜBVANSİYON POLİTİKASI	357
13.13	MONOPOL REFAHI ARTIRILABİLİR Mİ?	357
13.14	FİYAT FARKLILAŞTIRMASI	359
	ÖZET	363
	TEMEL KAVRAMLAR	364
	ÇALIŞMA SORULARI	364

BÖLÜM 14

MONOPOLCÜ REKABETTE ÜRETİM ve FİYATLANDIRMA 365

14.1	MONOPOLCÜ REKABETİN TANIMI	367
14.2	MONOPOLCÜ REKABETTE TALEP VE HASILAT	368
14.3	KISA DÖNEM FİRMA DENGESİ	370
14.4	UZUN DÖNEM FİRMA DENGESİ	370
14.5	MONOPOLCÜ REKABETTE ETKİNLİK	374
14.6	TAM REKABET, MONOPOL ve MONOPOLCÜ REKABETİN KARŞILAŞTIRILMASI	376
	ÖZET	377

TEMEL KAVRAMLAR	378
ÇALIŞMA SORULARI	378

BÖLÜM 15

OLİGOPOLDE ÜRETİM ve FİYATLANDIRMA 379

15.1	OLİGOPOLÜN TANIMI VE TÜRLERİ	381
15.2	COURNOT MODELİ	382
15.3	CHAMBERLİN MODELİ	385
15.4	STACKELBERG MODELİ	387
15.5	ANLAŞMALI OLİGOPOL: KARTEL	388
15.6	GİRİŞİ ENGELLEYEN FİYATLANDIRMA	390
15.7	OLİGOPOLE OYUN TEORİSİ YAKLAŞIMI	392
15.7.1	MAHKUMLARIN İKİLEMİ (AÇMAZI)	393
15.7.2	NASH DENGESİ	396
15.7.3	MAXİMİN STRATEJİ	399
15.7.4	MİNİMAX STRATEJİ	401
15.7.5	MİSİLLEME (KISASA KISAS) STRATEJİSİ	402
15.8	YOĞUNLAŞMA ve PİYASA YAPISI	405
15.9	OLİGOPOLDE ETKİNLİK	406
	ÖZET	407
	TEMEL KAVRAMLAR	409
	ÇALIŞMA SORULARI	409

KISIM VI: EMEK PİYASASI VE GELİR DAĞILIMI

BÖLÜM 16

EMEK PİYASASI 413

16.1	EMEK VE MAL PİYASALARINDA TAM REKABET.	415
16.1.1	FİRMA EMEK TALEBİ	418
16.1.2	ENDÜSTRİ ve PİYASA EMEK TALEBİ	420
16.1.3	EMEK ARZI	422
16.1.4	EMEK PİYASASINDA DENGİ	424
16.2	EMEK PİYASASINDA TAM REKABET VE MAL PİYASASINDA EKSİK REKABET (MONOPOL)	427
16.2.1	FİRMA EMEK TALEBİ	428
16.2.2	PİYASA EMEK TALEBİ	429
16.2.3	EMEK PİYASASINDA DENGİ	430
16.3	MAL PİYASASINDA TAM REKABET ve EMEK PİYASASINDA EKSİK REKABET (MONOPSON)	431

16.4	MAL PİYASASINDA EKSİK REKABET (MONOPOL) ve EMEK PİYASASINDA EKSİK REKABET(MONOPSON)	434
	ÖZET	436
	TEMEL KAVRAMLAR	437
	ÇALIŞMA SORULARI	437

BÖLÜM 17

GELİR DAĞILIMI ve FAKİRLİK 439

17.1	GELİR DAĞILIMININ ALTERNATİF TANIMLARI	441
17.2	KİŞİSEL GELİR DAĞILIMININ ÖLÇÜLMESİ: LORENZ EĞRİSİ ve GİNİ KATSAYISI	442
17.3	KİŞİSEL GELİR DAĞILIMINDAKİ EŞİTSİZLİĞİN NEDENLERİ	446
17.4	ADİL GELİR DAĞILIMI NEDİR?	447
17.5	FAKİRLİK ve FAKİRLİKLE MÜCADELE	451
17.6	TÜRKİYE'DE GELİR DAĞILIMI	453
17.7	TÜRKİYE'DE FAKİRLİK DAĞILIMI	455
	ÖZET	455
	TEMEL KAVRAMLAR	456
	ÇALIŞMA SORULARI	457

KISIM VII: TEMEL MAKRO KAVRAMLAR VE EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ

BÖLÜM 18

MAKRO İKTİSAT: İKTİSADİ BÜYÜME VE DALGALANMALAR 461

18.1	NOMİNAL GAYRİ SAFİ YURTİÇİ HASILA	463
18.2	REEL GAYRİ SAFİ YURTİÇİ HASILA	470
18.3	İKTİSADİ BÜYÜME	474
18.4	İKTİSADİ DALGALANMALAR	475
18.5	İŞSİZLİK	479
18.6	ENFLASYON	480
18.7	MAKRO İKTİSAT	481
18.8	MAKRO İKTİSADİ MODELLER	482
18.9	MAKRO İKTİSAT POLİTİKASI	484
	18.9.1 ARZ YÖNLÜ MAKRO İKTİSAT POLİTİKASI	485
	18.9.2 TALEP YÖNLÜ MAKRO İKTİSAT POLİTİKASI	486
	ÖZET	488
	TEMEL KAVRAMLAR	490

BÖLÜM 19

EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ (1): HASILANIN ÖLÇÜLMESİ 493

19.1	GAYRİ SAFİ YURTIÇİ HASILANIN ÖLÇÜLMESİ	495
19.1.1	TOPLAM ÜRETİM YAKLAŞIMI	495
19.1.2	TOPLAM HARCAMA YAKLAŞIMI	496
19.1.3	TOPLAM GELİR YAKLAŞIMI	503
19.2	GDP İLE İLGİLİ BÜYÜKLÜKLER	505
19.2.1	GAYRİ SAFİ MİLLİ HASILA	505
19.2.2	NET YURTIÇİ HASILA	507
19.2.3	YURTIÇİ GELİR	508
19.2.4	MİLLİ GELİR	509
19.2.5	KİŞİSEL GELİR	510
19.2.6	HARCANABİLİR KİŞİSEL GELİR	511
19.3	TASARRUF-YATIRIM ÖZDEŞLİĞİ	512
19.4	ULUSAL SERVET	517
19.5	GDP ve ULUSLARARASI KIYASLAMALAR	519
	ÖZET	524
	TEMEL KAVRAMLAR	526
	ÇALIŞMA SORULARI	527

BÖLÜM 20

EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ (2): ENFLASYON 529

20.1	ENFLASYONUN ÖLÇÜLMESİ	531
20.1.1	FİYAT ENDEKSİ	531
20.1.2	GDP DEFLATÖRÜ	533
20.1.3	TÜKETİCİ FİYAT ENDEKSİ	534
20.1.4	ÜRETİCİ FİYAT ENDEKSİ	535
20.2	ENFLASYON ve NOMİNAL-REEL BÜYÜKLÜKLER	536
20.3	TÜKETİCİ FİYATLARIYLA ENFLASYON ve REFAH	538
20.4	ENFLASYONUN TÜRLERİ	539
20.5	ENFLASYON ve FAİZ HADDİ	542
20.6	ENFLASYONUN MALİYETİ	544
20.6.1	BEKLENMEYEN ENFLASYONUN MALİYETİ	545
20.6.2	TAM OLARAK BEKLENEN ENFLASYONUN MALİYETİ	548
20.7	FISHER ETKİSİ	550
20.8	ENFLASYON VERGİSİ	551
20.9	DEFLASYON	551
20.9.1	DEFLASYONUN MALİYETİ	552

20.9.2 20.YÜZYIL DEFLASYON DENEYİMLERİ	553
ÖZET	555
TEMEL KAVRAMLAR	557
ÇALIŞMA SORULARI	558

BÖLÜM 21

EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ (3): İŞSİZLİK 559

21.1 İŞSİZLİĞİN ÖLÇÜLMESİ	561
21.2 İŞSİZLİK TÜRLERİ	565
21.2.1 GEÇİCİ İŞSİZLİK	565
21.2.2 YAPISAL İŞSİZLİK	566
21.2.3 DOĞAL İŞSİZLİK	567
21.2.4 DEVREVİ İŞSİZLİK	568
21.3 İŞSİZLİĞİN MALİYETİ	569
21.4 İKTİSADİ HOŞNUTSUZLUK ENDEKSİ	572
21.5 EMEK PİYASASI ve İŞSİZLİK	573
21.5.1 REKABETÇİ MODEL	574
21.5.2 NOMİNAL ÜCRET KATILIĞI ve DEVREVİ İŞSİZLİK	575
21.5.3 REEL ÜCRET KATILIĞI ve YAPISAL İŞSİZLİK	575
21.6 İŞSİZLİK-ENFLASYON İLİŞKİSİ: PHILLIPS EĞRİSİ	577
21.6.1 ORİJİNAL PHILLIPS EĞRİSİ	577
21.6.2 MODERN PHILLIPS EĞRİSİ	579
ÖZET	582
TEMEL KAVRAMLAR	583
ÇALIŞMA SORULARI	584

BÖLÜM 22

PARASAL SİSTEM 585

22.1 PARANIN FONKSİYONLARI	587
22.2 PARA SİSTEMLERİ	588
22.3 PARA ARZININ UNSURLARI	590
22.4 BANKALARIN PARA YARATMASI	592
22.5 PARASAL KONTROL ARAÇLARI	596
22.6 PARA ARZININ KONTROLÜNDEKİ ZORLUKLAR	597
ÖZET	599
TEMEL KAVRAMLAR	600
ÇALIŞMA SORULARI	600

BÖLÜM 23**UZUN DÖNEMDE HASILA ve FİYAT DÜZEYİ:**

KLASİK MAKRO MODEL	603
23.1 KLASİK MODELİN YAPISI	605
23.2 TOPLAM ÜRETİM FONKSİYONU	606
23.3 EMEK PİYASASI	607
23.4 POTANSİYEL HASILA	610
23.5 MAL PİYASASINDA DENGİ KOŞULU	611
23.6 ÖDÜNÇ VERİLEBİLİR FONLAR PİYASASI	613
23.7 MALİYE POLİTİKASI, GÜVENİN ARTMASI ve SERMAYE KAÇIŞLARI	616
23.7.1 MALİYE POLİTİKASI	616
23.7.2 GÜVENİN ARTMASI	618
23.7.3 SERMAYE KAÇIŞLARI	619
23.8 PARA-FİYAT İLİŞKİSİ: MİKTAR TEORİSİ	621
ÖZET	624
TEMEL KAVRAMLAR	624
ÇALIŞMA SORULARI	625

BÖLÜM 24**İKTİSADİ BÜYÜME 627**

24.1 İKTİSADİ BÜYÜMENİN YENİDEN TANIMI	629
24.2 DÜNYA BÜYÜME VERİLERİ	632
24.3 ÜLKELERİN BÜYÜME VERİLERİ	636
24.4 İKTİSADİ BÜYÜMENİN (YAKLAŞIK) BELİRLEYİCİLERİ: SOLOW BÜYÜME MODELİ	638
24.5 İKTİSADİ BÜYÜMENİN TEMEL BELİRLEYİCİLERİ	645
24.5.1 COĞRAFYA	645
24.5.2 KÜLTÜR	646
24.5.3 TİCARET-ENTEGRASYON	648
24.5.4 KURUMLAR	649
24.6 BÜYÜME MUHASEBESİ	651
ÖZET	652
TEMEL KAVRAMLAR	653
ÇALIŞMA SORULARI	653

KISIM IX: KISA DÖNEM MAKRO İKTİSADİ: İKTİSADİ DALGALANMALAR

BÖLÜM 25

PLANLANAN HARCAMA ve MAL PİYASASINDA DENGİ	657
25.1 KEYNESYEN MODELİN YAPISI	659
25.2 PLANLANAN TOPLAM HARCAMA	660
25.2.1 TÜKETİM FONKSİYONU	661
25.2.2 PLANLANAN YATIRIM	672
25.2.3 HÜKÜMET ALIMLARI	674
25.2.4 TOPLAM PLANLANAN HARCAMA ŞEDÜLÜ	675
25.3 MAL PİYASASINDA DENGİ KOŞULU: $AE = Y$	678
25.4 ALTERNATİF DENGİ KOŞULU	681
25.5 MAL PİYASASINDA DENGİNİN SAĞLANMASI	684
25.6 MAL PİYASASINDA DENGİNİN DEĞİŞMESİ: ÇARPAN	686
25.6.1 HARCAMA ÇARPANI	687
25.6.2 TRANSFER ÖDEMELERİ ÇARPANI	691
25.6.3 VERGİ ÇARPANI	692
25.7 DENK BÜTÇE ÇARPANI	694
25.8 TASARRUF PARADOKSU	695
ÖZET	696
TEMEL KAVRAMLAR	698
ÇALIŞMA SORULARI	698

BÖLÜM 26

MAL ve PARA PİYASALARINDA DENGİ: IS-LM MODELİ	701
26.1 FAİZ HADDİ ve PLANLANAN YATIRIM	703
26.2 FAİZ HADDİ, PLANLANAN HARCAMA ve MAL PİYASASINDA DENGİ: IS EĞRİSİ	709
26.2.1 IS EĞRİSİNİN TÜRETİLMESİ	709
26.2.2 IS EĞRİSİNİN KONUMU (KAYMASI)	711
26.3 PARA TALEBİ, PARA ARZI ve DENGİ FAİZ HADDİ	713
26.4 HASILA, PARA TALEBİ ve FAİZ HADDİ: LM EĞRİSİ	718
26.4.1 LM EĞRİSİNİN TÜRETİLMESİ	718
26.4.2 LM EĞRİSİNİN KONUMU (KAYMASI)	719
26.5 MAL-PARA PİYASALARINDA EŞANLI DENGİ: IS-LM MODELİ	721
26.6 EŞANLI DENGİNİN DEĞİŞMESİ: PARA POLİTİKASI	722
26.7 EŞANLI DENGİNİN DEĞİŞMESİ: MALİYE POLİTİKASI	723
26.8 POLİTİKA KARMASI	727

26.9	POLİTİKA SEÇİMİ	729
	ÖZET	730
	TEMEL KAVRAMLAR	733
	ÇALIŞMA SORULARI	733

BÖLÜM 27

TOPLAM TALEP VE TOPLAM ARZ: MAKRO DENGİ 735

27.1	TOPLAM TALEP	738
27.1.1	TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN TÜRETİLMESİ	738
27.1.2	TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN KONUMU (KAYMASI)	739
27.2	TOPLAM ARZ	743
27.3	KISA DÖNEM MAKRO DENGİ	747
27.4	UZUN DÖNEM MAKRO DENGİ	749
27.5	İKTİSAT POLİTİKASI ve UZUN DÖNEM MAKRO DENGİ	752
27.6	FİNANSAL KRİZ (2008-2010) ve AD-AS MODELİ	756
27.6.1	FİNANSAL KRİZ	756
27.6.2	FİNANSAL KRİZ ve AD-AS MODELİ	759
27.7	İKTİSAT POLİTİKASI: BİR DEĞERLENDİRME	760
27.7.1	DURGUNLUK ve İKTİSAT POLİTİKASI	760
27.7.2	GENİŞLETİCİ POLİTİKALARIN KISA DÖNEM ve UZUN DÖNEM ETKİLERİ	763
	ÖZET	766
	TEMEL KAVRAMLAR	768
	ÇALIŞMA SORULARI	768
	BÖLÜM 27 EK 1: KISA ve UZUN DÖNEM FAİZ HADLERİNİN BAĞDAŞTIRILMASI	768

BÖLÜM 28

İKTİSADİ DALGALANMALARA ALTERNATİF BİR YAKLAŞIM:

TAYLOR-ROMER MODELİ 771

28.1	TAYLOR-ROMER MODELİNİN AMACI	774
28.2	REEL FAİZ HADDİ ve HASILA	775
28.3	REEL FAİZ HADDİ ve ENFLASYON HADDİ: PARA POLİTİKASI KURALI	776
28.4	TOPLAM TALEP EĞRİSİ	780
28.4.1	TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN TÜRETİLMESİ	780
28.4.2	TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN EĞİMİ	782
28.4.3	TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN KONUMU	782
28.5	ENFLASYON İNTİBAK DOĞRUSU	784
28.6	TOPLAM TALEP EĞRİSİ ve ENFLASYON İNTİBAK EĞRİSİ: KISA ve UZUN	

DÖNEM MAKRO DENGİ	786
28.7 TALEP ŞOKU	788
28.8 TALEP ŞOKU ve İKTİSAT POLİTİKASI	790
28.9 ARZ ŞOKU	793
28.10 TAYLOR-ROMER MODELİ ve POLİTİK İKTİSADİ DALGALANMALAR	795
ÖZET	799
TEMEL KAVRAMLAR	801
ÇALIŞMA SORULARI	801

BÖLÜM 29

AÇIK EKONOMİ MAKRO İKTİSADİ 803

29.1 ÖDEMELER DENGESİ	805
29.1.1 ÖDEMELER DENGESİNİN YAPISI	805
29.1.2 CARİ HESAP	806
29.1.3 SERMAYE HESABI ve FİNANSAL HESAP	808
29.2 İKİ TARAFLI NÖMİNAL DÖVİZ KURU	811
29.3 DÖVİZ KURU SİSTEMLERİ	813
29.3.1 ESNEK DÖVİZ KURU SİSTEMİ	813
29.3.1.A DÖVİZ TALEBİ	813
29.3.1.B DÖVİZ ARZİ	814
29.3.1.C DÖVİZ PİYASASINDA DENGİ: DENGİ DÖVİZ KURU	816
29.3.2 SABİT DÖVİZ KURU SİSTEMİ	817
29.4 REEL DÖVİZ KURU	821
29.5 TEK FİYAT KANUNU	823
29.6 ESNEK KUR SİSTEMİNDE PARA POLİTİKASI	824
29.7 CARİ AÇIK ve İKTİSAT POLİTİKASI	827
ÖZET	828
TEMEL KAVRAMLAR	831
ÇALIŞMA SORULARI	831

KAYNAKÇA 833

DİZİN 835

Bu kitap Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde ve diğer üniversitelerin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde birinci sınıf birinci dönemde okutulan İktisada Giriş I (Mikro İktisada Giriş) ve birinci sınıf ikinci dönemde okutulan İktisada Giriş II (Makro İktisada Giriş) derslerinde öğrencilerin yararlanabilecekleri yardımcı bir ders kitabı olarak hazırlanmıştır. Kitap diğer fakültelerde ve yüksekokullarda okutulan iktisat derslerinde de yardımcı kitap olarak kullanılabilir.

Kitabın amacı, okuyucunun mikro iktisat ve makro iktisat konularında çağdaş temel bilgilere sahip olmasını sağlamaktır, Bölüm 1-17 ve Bölüm 18-29. Kitap bu amaç doğrultusunda hazırlanırken, gereksiz detaylar ihmal edilmiş ve konuların mümkün olduğu kadar basit ve açık anlatılmasına özen gösterilmiştir. Ayrıca okuyucunun kitaptan daha etkin bir biçimde yararlanmasını sağlamak için, her bölümün sonunda özet-temel kavramlar-çalışma soruları üçlüsüne yer verilmiştir.

Kitabın bu beşinci baskısında dördüncü baskıdaki tüm bölümler gözden geçirilerek, kitabın daha fazla okuyucu dostu olmasını amaçlayan çok sayıda değişiklik yapılmıştır.

Ayrıca kitabın bu baskısında makro analiz, uzun dönem makro analiz (Klasik makro model ve Solow büyüme modeli, Bölüm 20 ve Bölüm 21) ve kısa dönem makro analiz (IS-LM modeli, AD-AS modeli, Taylor-Romer modeli ve açık ekonomi iktisadi, Bölüm 20-Bölüm 29) ayrımı bazında incelenmiştir.

Diğer kitaplarım gibi bu kitabın hazırlanmasında da en büyük teşekkürü Siyasal Bilgiler Fakültesi'ndeki öğrencilerime borçluyum.

Bu kitaba yönelik çalışmalarımı ilgi ve sabırla destekleyen eşim İnci'ye her zaman olduğu gibi teşekkür borçluyum.

Erdal M. Ünsal
Ankara, Haziran 2016

Prof. Dr. Vahdet Aydın'ın Anısına

KISIM I

GİRİŞ

Kitabın iki bölümden oluşan bu giriş kısmında, okuyucuya bazı temel iktisadi kavramlar tanıtılacaktır. Bu bağlamda önce *iktisat*, *iktisadi mesele*, *iktisadi analiz* ve *iktisadi düşünmenin temel prensipleri* üzerinde durulacaktır (Bölüm 1). Daha sonra *üretim imkanları eğrisi* ve *iktisadi sistemler* incelenecektir (Bölüm 2).

BÖLÜM 1

İKTİSAT, İKTİSADİ MESELE VE İKTİSADİ ANALİZ

1.1	BAZI KAVRAMLAR	5
1.1.1	İSTEKLER	5
1.1.2	MALLAR ve HİZMETLER	6
1.1.3	TÜKETİM	7
1.1.4	ÜRETİM	8
1.1.5	KAYNAKLAR	8
1.2	KITLIK, İKTİSAT ve İKTİSADİ MESELE	11
1.3	TAM İSTİHDAM, BÜYÜME ve ETKİNLİK	13
1.4	MİKRO İKTİSAT ve MAKRO İKTİSAT	15
1.5	MİKRO TEMELLER ve TERKİP HATASI	16
1.6	POZİTİF İKTİSAT ve NORMATİF İKTİSAT	17
1.7	BİLİMSEL YÖNTEM	19
1.8	VARSAYIMLAR, DENKLEMLER ve DENGİ	22
1.9	KORELASYON ve NEDENSELLİK: YANLIŞ NEDEN HATASI	24
1.10	İKTİSADİ DÜŞÜNMENİN TEMEL PRENSİPLERİ	25
1.10.1	İKTİSADİ KARARLARIN FIRSAT MALİYETİNİN OLMASI	25
1.10.2	İKTİSADİ KARARLARIN RASYONEL OLMASI	27
1.10.3	İKTİSADİ KARARLARIN MARJİNAL YARAR-MARJİNAL MALİYET BAZINDA ALINMASI: MARJİNALİZM	28
1.11	DAVRANIŞSAL İKTİSAT: İKTİSAT + PSİKOLOJİ	30
	ÖZET	32
	TEMEL KAVRAMLAR	35
	ÇALIŞMA SORULARI	35
	BÖLÜM 1 EK: GRAFİKLER	36

BÖLÜM 1

İKTİSAT, İKTİSADİ MESELE ve İKTİSADİ ANALİZ

Bu bölümde önce *istekler, mallar ve hizmetler, tüketim, üretim, kaynaklar ve kıtlık* gibi bazı kavramlar üzerinde durulacaktır. Daha sonra *iktisat, iktisadi mesele, tam istihdam, etkinlik, mikro iktisat-makro iktisat ve pozitif iktisat-normatif iktisat kavramları* açıklanacaktır. Bunu *bilimsel yöntem* ve *yanlış neden hatasına* ilişkin açıklamalar izleyecektir. Bu bölümde son olarak *iktisadi düşünmenin temel prensipleri ve davranışsal iktisat* üzerinde durulacaktır. Bu bölümün ekinde ise *grafikler* incelenecektir.

1.1 BAZI KAVRAMLAR

1.1.1 İSTEKLER

Karşılanmadığı zaman acı ve üzüntü, karşılandığı zaman zevk ve haz veren duygulara, **istekler** veya **ihtiyaçlar (wants-needs)** denir. İstekler kavramı, kısaca *kişilerin karşılamak istedikleri duygular* diye de tanımlanabilir. Mallar ve hizmetler kullanılarak karşılanabilen beslenmek, giyinmek ve barınmak gibi isteklere, *iktisadi istekler* adı verilir. Mallar ve hizmetler kullanılarak karşılanamayan güzel ve akıllı olmak gibi isteklere ise, *iktisadi olmayan istekler* denir. İktisat, iktisadi isteklerle ilgilenir.

Beslenmek, giyinmek, barınmak gibi insan yaşamının devamı için karşılanması zorunlu olan iktisadi isteklere, **zaruri istekler** adı verilir. Radyo dinlemek, sinemaya-tiyatroya-konsere gitmek, seyahat etmek gibi insan yaşamının devamı için bir tehlike oluşturmeyen iktisadi istekler ise, **kültürel istekler** diye nitelendirilir.

Zaruri istekler ve kültürel istekler ayrımı hem kişiden kişiye hem de toplumdan topluma değişir. Örneğin gazete okumak, aynı toplumda yaşayan iki kişiden biri için zaruri bir istek iken, diğeri için kültürel bir istek olabilir. Keza hafta sonunda akşam yemeğine gitmek, A ülkesinde zaruri bir istek iken, B ülkesinde kültürel bir istek olabilir. Ayrıca bir toplumda belirli bir zamanda kültürel olan bir istek, aynı toplumda daha sonra zaruri istek haline gelebilir; ülkemizde 1960'larda kültürel bir istek olan TV seyretmenin, günümüzde zaruri bir istek haline gelmiş olması gibi.

6 KISIM I: Giriş

İktisadi isteklerin iki önemli özelliği vardır. İktisadi istekler her şeyden önce gündüz saat 12’de yemek yiyen bir kişinin, akşam saat 8’de tekrar yemek yemeyi istemesi örneğinde olduğu gibi *tekrarlanırlar* ve dolayısıyla da bir kere karşılanmak suretiyle ortadan kaldırılamazlar. Ayrıca iktisadi istekler, bir istek karşılanınca yeni bir isteğin ortaya çıkması anlamında *sınırsızdırlar*.

1.1.2 MALLAR ve HİZMETLER

İstekleri karşılamaya yarayan nesnelere **mallar ve hizmetler (goods and services)** denir. Peynir, buzdolabı, otomobil gibi mallar ile eğitim, sağlık, ulaşım gibi hizmetler arasındaki fark, malların tersine hizmetlerin üretildikleri anda tüketilmeleridir. Bir başka deyişle mallar ile hizmetler arasındaki fark, malların tersine hizmetleri stoklamanın ve dolayısıyla da mülkiyetlerini bir başka kişiye devretmenin mümkün olmamasındadır.

İktisatçılar mallar kavramını, tersi belirtilmedikçe, mallar ve hizmetler kavramı ile eş anlamlı kullanırlar. Malları **serbest mallar (free goods)** ve **iktisadi mallar (economic goods)** biçiminde iki gruba ayırmak mümkündür. Serbest mallar, hava gibi insan isteklerine kıyasla fazla olan mallardır. İktisadi mallar ise, insan isteklerine kıyasla az olan mallardır. Serbest malların tersine, iktisadi malları elde etmek için bir bedel ödemek gerekir: Serbest malların tersine iktisadi malların bir fiyatı vardır.

Bazı mallar, bir isteğin karşılanmasında çay-şeker, otomobil-benzin ve dolmakalem-mürekkep örneklerinde olduğu gibi bir arada kullanılırlar. Bu tür mallara **tamamlayıcı mallar (complementary goods)** denir. Buna karşılık bazı mallar bir isteğin karşılanmasında çay-kahve, hamsi balığı-istavrit balığı, Renault Megane otomobil-Honda Civic otomobil örneklerinde olduğu gibi birbiri yerine geçebilirler veya kısaca ikame edilebilirler. Bu tür mallara **ikame mallar (substitute goods)** adı verilir. Bazı mallar ise ekmek-araba, gömlek-gazete örneklerinde olduğu gibi bir isteğin karşılanmasında ne birlikte ne de birbiri yerine kullanılırlar. Bu tür mallara **ilgisiz mallar (unrelated goods)** denir.

İnsanların isteklerini karşılamaya yarayan nesnelerden bazıları, istekleri *dolaysız* biçimde-kendi başlarına karşılarlar. Ekmek, televizyon, gibi. Bu tip mallara **tüketim malları (consumer goods)** denir. Ekmek, çay gibi bazı tüketim malları, istekleri karşılarken yok olurlar ve dolayısıyla da isteklerin karşılanmasında sadece bir kere kullanılırlar. Bu tip tüketim mallarına **dayanıksız tüketim malları (consumer non-durables)** denir.

Elbise, televizyon ve buzdolabı gibi bazı tüketim malları ise, istekleri karşılarken yok olmazlar ve dolayısıyla da isteklerin karşılanmasında bir kereden fazla (uzun müddet) kullanılırlar. Bu tip tüketim mallarına da **dayanıklı tüketim malları (consumer durables)** denir.

İnsanların isteklerini karşılamaya yarayan nesnelerden bazıları, istekleri *dolaylı* biçimde (tüketim mallarını üreterek) karşılarlar. Dokuma tezgâhı, torna tezgâhı, kömür, elektrik gibi bu tip mallara **üretim malları (producer goods)** denir. Dokuma tezgâhı, torna tezgâhı gibi bazı üretim malları, üretim sürecinde fiziksel olarak bir başka mala dönüşmezler veya kısaca yok olmazlar. Bu tip üretim mallarına, **yatırım malları-sermaye malları (investment goods-capital goods)** denir. Buna karşılık kömür, elektrik gibi bazı üretim malları, (fırında kullanılan elektriğin ekmeğe dönüşmesi gibi) üretim sürecinde fiziksel olarak bir başka mala dönüşürler. Bu tip üretim mallarına, **ara mallar (intermediate goods)** denir. Dolayısıyla da üretim malları kavramı, aslında yatırım malları ile ara malların toplamını temsil eder.

1.1.3 TÜKETİM

Malların, isteklerin karşılanmasında dolaysız biçimde (doğrudan doğruya kullanılmasına) **tüketim (consumption)** denir. Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi; tüketim, ekmek, gömlek ve buzdolabı gibi istekleri doğrudan doğruya karşılayan tüketim mallarına yönelik bir kavramdır. Diğer taraftan kömür, elektrik, su gibi bazı ara mallar, hem kişiler tarafından istekleri doğrudan doğruya karşılamak amacıyla, hem de üreticiler tarafından istekleri dolaylı biçimde karşılamak amacıyla kullanılırlar. Örneğin elektrik, hem evlerde aydınlatma amacıyla hem de fırında ekmek üretiminde kullanılır. Tüketim kavramı, ara mallarının kişiler tarafından, isteklerin doğrudan doğruya karşılanması amacıyla kullanılmasını da kapsar. Örneğin kömürün ve elektriğin evlerde ısınma amacıyla kullanılması tüketimdir.

Tüm toplumlardaki iktisadi faaliyetlerin amacı, tüketimi ve böylece refah düzeyini zaman içinde istikrarlı bir biçimde artırmaktır. Ancak bu ilk bakışta görüldüğü kadar kolay bir iş değildir. Zira gelecekteki üretimin ve buna bağlı olarak tüketimin artırılması, yatırım yapılmasını (yeni fabrikaların kurulmasını) ve dolayısıyla da bugünkü üretimin bir kısmının hemen tüketilmeyip tasarruf edilerek yatırıma (fabrikaya) dönüştürülmesini gerektirir. Bu yüzden de gelecekteki tüketimi artırmanın yolu, bugün daha

BÖLÜM 2

ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ VE İKTİSADİ SİSTEMLER

2.1	ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ.....	47
2.1.1	ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİNİN TANIMI	47
2.1.2	ARTAN FIRSAT MALİYETİ KANUNU	48
2.1.3	ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ ve ETKİNLİK	51
2.1.4	ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ ve BÜYÜME	52
2.2	İKTİSADİ SİSTEMLER	55
2.2.1	ALTERNATİF İKTİSADİ SİSTEMLER	55
2.2.2	PİYASA KAPİTALİZMİNİN ÖZELLİKLERİ	57
2.2.2.1	TEMEL ÖZELLİKLER	57
2.2.2.2	DİĞER ÖZELLİKLER	58
2.3	PİYASA MEKANİZMASI	60
2.3.1	PİYASALAR ve SEKTÖRLER	60
2.3.2	DEVİRİ AKIM ŞEMASI	61
2.3.3	PİYASA MEKANİZMASININ İŞLEYİŞİ: GENEL BİR BAKIŞ	63
2.3.4	GÖRÜNMEZ EL ve PİYASA BAŞARISIZLIĞI	64
2.3.5	İKTİSAT POLİTİKASI	66
2.3.6	İKTİSATÇILAR ve İKTİSAT POLİTİKASI	67
	ÖZET	68
	TEMEL KAVRAMLAR	69
	ÇALIŞMA SORULARI	70

BÖLÜM 2

ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ ve İKTİSADİ SİSTEMLER

Bu bölümde önce üretim imkânları eğrisi incelenecektir. Bunu alternatif iktisadi sistemler konusundaki açıklamalar izleyecektir. Bu bölümde son olarak, piyasa kapitalizmi denilen iktisadi sistemin ana unsurları olan kapitalizm ve piyasa kavramları ile iktisat politikası kavramı üzerinde durulacaktır.

2.1 ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİ

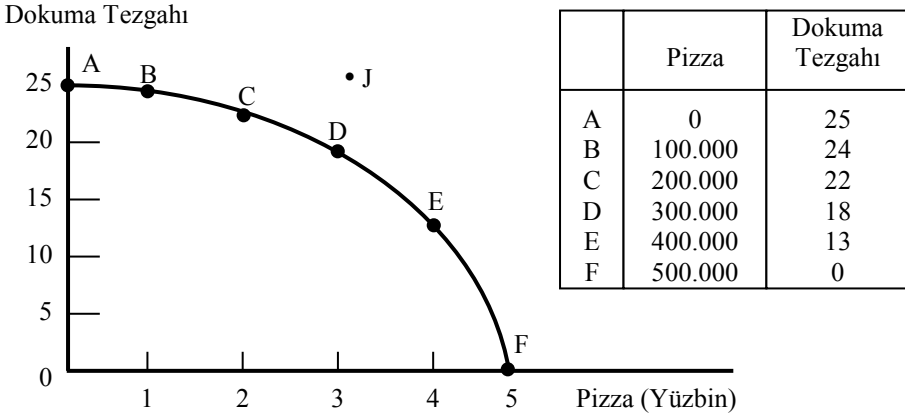
2.1.1 ÜRETİM İMKANLARI EĞRİSİNİN TANIMI

Üretim teknolojisinin ve kaynakların veri (sabit) olduğu bir ekonomide, *veri kaynakların tam ve en düşük maliyetle üretimi sağlayan bir biçimde (veri kaynakların tam ve üretimde etkinliği sağlayan bir biçimde)* kullanılması halinde üretilebilecek mal bileşimlerinin geometrik yerine, **üretim imkanları eğrisi (production possibilities curve)** denir. Bir ekonominin sahip olduğu veri kaynaklar veri teknoloji üzerinden tam ve üretimde etkinliği sağlayan biçimde kullanıldığında, o ekonomide maksimum düzeyde mal üretilir. Dolayısıyla üretim imkanları eğrisi, *veri teknoloji ve kaynaklar ile üretilebilecek maksimum mal bileşimlerinin geometrik yeri* biçiminde de tanımlanabilir.

Dönüşüm eğrisi (transformation curve) diye de nitelendirilen üretim imkânları eğrisi Şekil 2.1’de gösterilmiştir. Yatay eksen de pizzanın (tüketim malı) dikey eksen de dokuma tezgâhının (sermaye malı) yer aldığı Şekil 2.1’de AF üretim imkânları eğrisinin, yatay eksen kestiği F noktası, veri kaynakların tümünün pizza üretimine tahsis edilmesi halinde üretilebilecek maksimum pizza miktarını yansıtır, F (0, 500 bin pizza).

Benzer biçimde AF üretim imkânları eğrisinin dikey eksenini kestiği A noktası, veri kaynakların tümünün dokuma tezgâhı üretimine tahsis edilmesi halinde üretilebilecek maksimum dokuma tezgâhı miktarını yansıtır, A (25 dokuma tezgâhı, 0 pizza). AF üretim imkânları eğrisi üzerindeki B, C, D, E gibi noktalar ise, veri kaynakların her iki malın üretimine de tahsis edilmesi halinde, her iki maldan üretilebilecek maksimum mal miktarlarını gösterirler. Örneğin B noktasındaki mal bileşimi 24 dokuma tezgâhı ve 100 bin pizza, C noktasındaki mal bileşimi ise 22 dokuma tezgâhı ve 200 bin pizzadır.

Şekil 2.1 Üretim İmkânları Eğrisi-Dönüşüm Eğrisi



AF üretim imkânları eğrisinin üstündeki J gibi noktalar, veri kaynakların veri teknoloji üzerinden tam ve üretimde etkinliği sağlayan biçimde kullanılması suretiyle üretilmesi mümkün olmayan mal bileşimlerine tekâbül eder. Dolayısıyla üretim imkânları eğrisi, *veri teknoloji ve kaynaklarla üretilebilecek mal bileşimlerini üretilmeyecek mal bileşimlerinden ayıran sınır (mümkün olan ile mümkün olmayana ayıran sınır)* diye de tanımlanabilir.

2.1.2 ARTAN FIRSAT MALİYETİ KANUNU

Şekil 2.1’de AF üretim imkânları eğrisi üzerindeki A(25, 0) noktasından B (24, 100 bin) noktasına hareket edildiğinde, ilk yüz bin pizzayı

üretmek için $(25 - 24) = 1$ birim dokuma tezgâhından vazgeçilir. Bu husus bir şeyi elde etmek için vazgeçilmek zorunda kalınan en iyi alternatifte *fırsat maliyeti* denildiği hesaba katılarak ifade edilirse, A noktasından B noktasına gidildiğinde *ilave yüz bin* pizzanın fırsat maliyeti 1 birim dokuma tezgâhıdır. Benzer biçimde B (24, 100 bin) noktasından C (22, 200 bin) noktasına hareket edildiğinde, izleyen ilave yüz bin pizzayı üretmek için $(24 - 22) = 2$ birim dokuma tezgâhın vazgeçilir: B noktasından C noktasına gidildiğinde ilave yüz bin pizzanın fırsat maliyeti 2 birim dokuma tezgâhıdır. Yine benzer biçimde C (22, 200 bin) noktasından D (18, 300 bin) noktasına geçildiğinde, izleyen ilave yüz bin pizzayı üretmek için $(22 - 18) = 4$ birim dokuma tezgâhın vazgeçilir: C noktasından D noktasına geçildiğinde *ilave yüz bin* pizzanın fırsat maliyeti 4 birim dokuma tezgâhıdır.

Dikkat edilirse Şekil 2.1'de AF üretim imkânları eğrisi boyunca aşağıya doğru gidildikçe-üretilen pizza sayısı arttıkça, ilave yüz bin pizza elde etmek için vazgeçilmek zorunda kalınan dokuma tezgâhı sayısı-ilave yüz bin pizza üretmenin fırsat maliyeti artar: $1 < 2 < 4$. Gerçek hayatta ampirik olarak artan fırsat maliyet durumu geçerli olduğundan, artan fırsat maliyet durumu-bir malın üretimi arttıkça o malın fırsat maliyetinin artması hususu, **artan fırsat maliyeti kanunu (law of increasing opportunity cost)** diye nitelendirilir.

Diğer taraftan üretim imkanları eğrisinin mutlak eğimine **marjinal dönüşüm haddi (marjinal rate of transformation)** denir. Marjinal dönüşüm haddi, *bir birim* daha fazla X malı üretmek için ne kadar Y malından vazgeçmek gerektiğini belirtir ve **marjinal fırsat maliyeti (marginal opportunity cost)** diye de nitelendirilir. Bu açıdan bakılırsa, Şekil 2.1'de konkav (orijine göre içbükey) üretim imkânları eğrisi boyunca aşağıya doğru gidildikçe, eğrinin eğiminin artması (eğriye çizilecek teğetlerin giderek dikleşmesi), marjinal dönüşüm haddinin-marjinal fırsat maliyetinin giderek arttığını belirtir: Şekil 2.1'deki konkav (orijine göre içbükey) üretim imkanları eğrisi, artan fırsat maliyet kanununu yansıtır.

Artan fırsat maliyeti kanununun arkasındaki iktisadi rasyonel, kaynakların alternatif kullanımlara aynı ölçüde uygun olmamalarıdır-bazı kaynakların diğerlerine kıyasla belirli bir malın üretimine daha uygun olmalarıdır. Bu yüzden de Şekil 2.1'de A noktasından B noktasına hareket edildiğinde, önce pizza üretimine en uygun olan kaynaklar (dokuma tezgâhı üretimine en az uygun olan kaynaklar) pizza üretiminde

ÇALIŞMA SORULARI

1. Üretim imkanları eğrisinin iç bükey ve negatif eğimli bir doğru biçimde olmasının ne anlama geldiğini açıklayınız.
2. X ülkesi için dikey ekseninde sivil malların yatay ekseninde askeri malların yer aldığı iç bükey bir üretim imkanları eğrisi çizin. İktisatçı Ahmet Bey'in X ülkesinin üretim imkanları eğrisinin dikey eksene daha yakın bir noktasında üretim yapmasının iyi olacağı yolundaki görüşünü ve iktisatçı Mehmet Bey'in X ülkesinin üretim imkanları eğrisinin üzerinde üretim yaptığı yolundaki görüşünü pozitif iktisat ve normatif iktisat ayırımı çerçevesinde değerlendiriniz.
3. Üretim imkanları eğrisini etkinlik açısından değerlendiriniz.
4. Üretim imkanları eğrisinin dışa doğru kaymasının anlamını ve nedenlerini açıklayınız.
5. İhtisaslaşma ve değişim-ticaret arasındaki ilişkiyi açıklayınız.
6. Alternatif iktisadi sistemler nelerdir? Açıklayınız.
7. Bir ekonomideki piyasaları ve sektörleri belirtiniz.
8. Tüketici hakimiyetini açıklayınız.
9. İktisaden etkin üretim yöntemini rakamsal bir örnekle açıklayınız.
10. Görünmez el ve piyasa başarısızlığı kavramlarını açıklayınız.
11. İktisat politikasının amaçlarını açıklayınız.
12. İktisatçıların iktisat politikası üzerindeki etkilerini açıklayınız.

KISIM II

TAM REKABET PİYASASININ İŞLEYİŞİ

Mikro iktisatta piyasalar, tam rekabet piyasası ve eksik rekabet piyasası diye iki ana gruba ayrılır. Tam rekabet ve eksik rekabet piyasaları arasındaki temel fark, tam rekabet piyasasında karar birimlerinin (alıcıların ve satıcıların) eksik rekabet piyasasındakinin tersine bir malın veya bir hizmetin fiyatını belirleme gücüne (piyasa gücüne) sahip olmamalarıdır. Kitabın dört bölümden oluşan bu ikinci kısımda, okuyucuya karar birimlerinin *fiyat belirleyici konumda değil de fiyat kabul edici konumda oldukları* tam rekabet piyasasının işleyişi tanıtılacaktır. Bu amaçla önce *talep, arz ve piyasa dengesi* üzerinde durulacaktır (Bölüm 3). Daha sonra *hükümetin tam rekabet piyasasına müdahaleleri* incelenecektir (Bölüm 4). Bunu *tam rekabet piyasasının etkinliğine* yönelik açıklamalar izleyecektir (Bölüm 5). Sonraki Bölüm 6'da tam rekabet piyasasının açık ekonomideki işleyişi ve etkinliği incelenecektir. Bu kısımda son olarak *piyasa başarısızlığı* açıklanacaktır (Bölüm 7).

BÖLÜM 3

ARZ, TALEP VE PİYASA DENGESİ

3.1	TALEP	75
3.1.1	TALEP EDİLEN MİKTAR	75
3.1.2	BİREYSEL TALEP EĞRİSİ	75
3.1.3	PİYASA TALEP EĞRİSİ	78
3.1.4	TALEP EDİLEN MİKTARIN ve TALEBİN DEĞİŞMESİ	80
3.1.5	TALEBİN BELİRLEYİCİLERİ	81
3.2	ARZ	84
3.2.1	BİREYSEL ARZ EĞRİSİ	84
3.2.2	PİYASA ARZ EĞRİSİ	87
3.2.3	ARZ EDİLEN MİKTARIN ve ARZIN DEĞİŞMESİ	88
3.2.4	ARZIN BELİRLEYİCİLERİ	89
3.3	PİYASA DENGESİ	92
3.3.1	FAZLA, NOKSAN ve PİYASA DENGESİ	92
3.3.2	PİYASA DENGESİNİN DEĞİŞMESİ	96
3.3.2.1	TALEBİN DEĞİŞMESİ	96
3.3.2.2	ARZIN DEĞİŞMESİ	98
3.3.2.3	ARZIN ve TALEBİN BİRLİKTE DEĞİŞMESİ	99
3.4	ARZ ve TALEP ANALİZİNİN BAZI UYGULAMALARI	101
3.4.1	HİSSE SENEDİ PİYASASI	101
3.4.2	SAĞLIK SİGORTASI	102
	ÖZET	104
	TEMEL KAVRAMLAR	105
	ÇALIŞMA SORULARI	105

BÖLÜM 3

ARZ, TALEP ve PİYASA DENGESİ

Bu bölümde önce okuyucuya arz ve talep analizi tanıtılacaktır. Bu amaçla önce talep edilen miktar, bireysel talep eğrisi, piyasa talep eğrisi, talep edilen miktarın değişmesi, talebin değişmesi ve talebin belirleyicileri kavramları üzerinde durulacaktır. Daha sonra aynı kavramlar arz açısından ele alınmak suretiyle, arz edilen miktar, bireysel arz eğrisi, piyasa arz eğrisi, arz edilen miktarın değişmesi, arzın değişmesi ve arzın belirleyicileri açıklanacaktır. Bunu piyasa dengesinin sağlanmasına ve değişmesine yönelik açıklamalar izleyecektir. Bu bölümde son olarak arz ve talep analizinin bazı uygulamaları üzerinde durulacaktır.

3.1 TALEP

3.1 TALEP EDİLEN MİKTAR

Tüketicilerin belirli bir dönemde (gün-hafta-ay-yıl) *belirli bir fiyattan* (10 TL) satın almak istedikleri ve satın alma gücüne sahip oldukları mal miktarına, **talep edilen miktar (quantity demanded)** denir. Bu tanımdan anlaşılmış olacağı üzere, *istek* ve *talep* farklı kavramlardır. Bir isteğin talep olarak nitelendirilebilmesi için, o isteğin yeterli satın alma gücüyle desteklenmesi gerekir: Bu bağlamda zorunlu ihtiyaçlarını zor karşılayan bir ailenin, yaz tatilini onbeş gün süreyle kişi başına fiyatı günlük 500 TL olan beş yıldızlı bir otelde geçirmek istemesi, talep edilen miktar olarak nitelendirilemez.

3.1.2 BİREYSEL TALEP EĞRİSİ

Bir tüketicinin mal piyasasında X malı satın alma planını etkileyen X malının fiyatı, gelir, diğer malların fiyatları, tercihler ve beklentiler gibi çok sayıda unsur vardır. İktisatçılar söz konusu unsurların her birini, diğer unsurların değişmediğini-sabit olduğunu varsayarak, Latince ifadesiyle *ceteris paribus* varsayımını benimseyerek incelerler.

76 KISIM II: Tam Rekabet Piyasasının İşleyişi

Bir tüketicinin mal piyasasındaki X malı satın alma planını etkileyen söz konusu unsurlardan en önemlisi, X malının fiyatıdır. Bu bağlamda *bir tüketici* (Ayşe Hanım) tarafından talep edilen X malı miktarı (q_{dx}), *ceteris paribus*, X malının fiyatı (P_x) ile ters yönlü değişir: X malının fiyatı (bir birim X malı elde etmek için ödenmesi gereken para miktarı) artınca, *ceteris paribus*, tüketicinin (Ayşe Hanım'ın) talep ettiği X malı mal miktarı azalır. Veya tam tersi olur: X malının fiyatı azalınca, *ceteris paribus*, tüketicinin (Ayşe Hanım'ın) talep ettiği X malı mal miktarı artar.

$$\text{Ceteris paribus, } q_{dx} = f(P_x) ; P_x \uparrow \rightarrow q_{dx} \downarrow, P_x \downarrow \rightarrow q_{dx} \uparrow$$

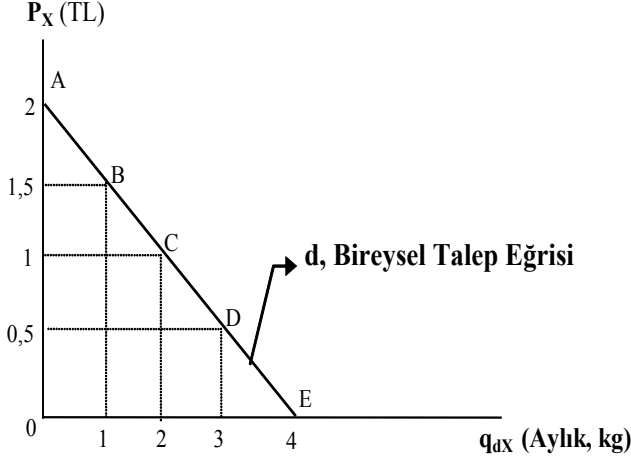
Bir malın fiyatındaki değişme ile o maldan talep edilen miktardaki değişme arasında *ceteris paribus* varsayımı üzerinden kurulan söz konusu ters yönlü ilişkiye, **talep kanunu (law of demand)** denir. Bir malın fiyatı artınca (azalınca), *ceteris paribus*, tüketicinin talep ettiği mal miktarının azalmasına (artmasına) talep kanunu denilmesinin nedeni, gerçek hayatta tersine rastlanılmamasıdır. Talep kanunu kelimelerin ve simgelerin yanısıra rakamlarla da ifade edilebilir. Bu husus, **bireysel talep şedülü (individual demand schedule)** diye nitelendirilen Tablo 3.1'de gösterilmiştir.

Tablo 3.1 Bireysel (Ayşe Hanım'ın) Talep Şedülü

	Malın Fiyatı (P_x)	Talep Edilen Mal Miktarı (q_{dx}, Aylık- kg)
A	2.00 TL	0
B	1.50 TL	1
C	1.00 TL	2
D	0.50 TL	3
E	0	4

Talep kanunu (fiyat-talep edilen miktar ters yönlü ilişkisi) grafiksel olarak da ifade edilebilir. Bu husus Tablo 3.1'deki verilerin kullanıldığı Şekil 3.1'de gösterilmiştir. Yatay ekseninde tüketici (Ayşe Hanım) tarafından talep edilen X malı miktarının (q_{dx}), dikey ekseninde X malı fiyatının (P_x) yer aldığı Şekil 3.1'deki soldan sağa doğru alçalan negatif eğimli eğriye, **bireysel talep eğrisi (individual demand curve, d)** denir.

Şekil 3.1 Bireysel (Ayşe Hanım'ın) Talep Eğrisi



Şekil 3.1'deki d bireysel talep eğrisi ile ilgili belirtilmesi gereken beş husus vardır. Herşeyden Şekil 3.1'deki bireysel talep eğrisi, bir tüketicinin belirli bir dönemde her farklı fiyat düzeyinde, *ceteris paribus*, talep ettiği mal miktarını gösterir. Belirli bir dönemde *her farklı fiyat düzeyinde, ceteris paribus*, talep edilen mal miktarına **talep (demand)** dendiği hesaba katılırsa, Şekil 3.1'deki bireysel talep eğrisi, (beklendiği gibi) bireysel talebi gösterir.

İkinci olarak talep eğrisi üzerindeki her bir noktaya tekabül eden her bir fiyat düzeyi, tüketicinin o noktanın içerdiği ilave birim malı satın almak için ödemeye razı olduğu maksimum fiyatı, kısaca **talep (rezervasyon) fiyatını (demand price)** yansıtır. Örneğin Şekil 3.1'de ikinci birim malın talep fiyatı 1 TL'dir. Bu açıdan bakıldığında talep eğrisi tüketicinin satın alma isteğini ve gücünü gösterir.

Üçüncü olarak, Şekil 3.1'deki talep eğrisinin dikey eksenini kestiği A noktasında fiyat 2 TL, talep edilen miktar sıfırdır: Şekil 3.1'de 2 TL, sınırlı bir gelire sahip olan tüketicini hiç mal talep etmemeye sevk edecek kadar yüksek bir fiyattır. Gerçek hayatta her tüketicinin kafasında her malın talep edilen miktarını sıfır kılan bir fiyat düzeyi mutlaka vardır.

Dördüncü olarak talep eğrisinin yatay eksenini kestiği noktada, fiyat 0 TL iken talep edilen miktar 4 birimdir. Bir tüketicinin sınırlı bir zaman aralığında (örneğin bir ayda) talep ettiği *maksimum* X malı miktarı, (mantıken olması gerektiği gibi) sınırlıdır.

BÖLÜM 4

HÜKÜMET MÜDAHALELERİ

4.1	FİYAT TAVANI.....	109
4.2	FİYAT TABANI.....	115
4.3	VERGİLENDİRME.....	120
	ÖZET.....	124
	TEMEL KAVRAMLAR.....	125
	ÇALIŞMA SORULARI.....	125

BÖLÜM 4

HÜKÜMET MÜDAHALELERİ

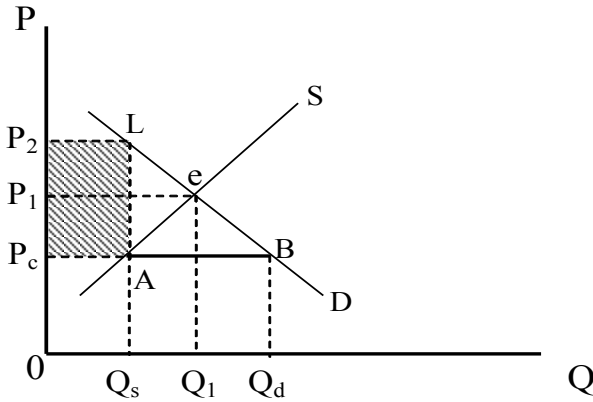
Gerçek hayatta hükümetler piyasa mekanizmasının işleyişine müdahale ederler. Bu bölümde bu husus, hükümetin piyasa mekanizmasının tam rekabet ortamındaki işleyişine müdahale etmesi itibariyle incelenecektir. Bu bağlamda önceki bölümde açıklanan arz-talep analizi, hükümet müdahalelerini kapsayacak biçimde genişletilecektir. Bu amaçla önce, hükümetin piyasaya *dolaysız* biçimde müdahalesi üzerinde durulacak ve hükümetin bir malın alınıp satılacağı en yüksek fiyatı tespit etmesi demek olan *fiyat tavanı* uygulaması ve hükümetin bir malın alınıp satılacağı en düşük fiyatı tespit etmesi demek olan *fiyat tabanı* uygulaması incelenecektir. Bu bölümde daha sonra, hükümetin piyasaya *dolaylı* biçimde müdahalesi üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda hükümetin yurtiçinde üretilen bir maldan vergi almasının piyasa dengesi üzerindeki etkileri araştırılacaktır.

4.1 FİYAT TAVANI

Hükümetin malın piyasada işlem göreceği (alınıp satılacağı) en yüksek (maksimum) fiyatı tespit etmesine, kısaca **fiyat tavanı (price ceiling)** denir. Fiyat tavanı uygulaması Şekil 4.1’de gösterilmiştir. Şekil 4.1’de X

malı arz ve talebinin karşılaşması sonucu, piyasa e noktasına tekabül eden $P_1 - Q_1$ bileşiminde dengeye gelmektedir. Ancak hükümet (örneğin tüketicileri korumak gerekçesiyle), X malı için P_c düzeyinde bir fiyat tavanı tespit etmiştir, $P_c < P_1$. Bir başka deyişle hükümet, X malının P_c 'den daha yüksek bir fiyattan satılmasını yasaklamıştır.

Şekil 4.1 Piyasa Dengesine Müdahale : Fiyat Tavanı



Fiyat tavanı uygulamasının kaçınılmaz sonucu talep fazlasının veya kısaca noksanın ortaya çıkmasıdır. Gerçekten de Şekil 4.1'de tavan fiyat üzerinden arz ve talep edilen miktarlar, sırasıyla P_cA ve P_cB 'dir. Dolayısıyla da AB kadar bir talep fazlası (noksan) vardır. Piyasanın *kısa tarafının* arz olduğu böyle bir durumda, Q_s kadar mal Q_d kadar mal satın almak isteyen tüketiciler arasında **önce gelen alır (first come first served)** biçiminde dağıtılabilir. Önce gelen alır yöntemi mağazalar önünde kuyruklar oluşmasına yol açar ve bu yüzden de **kuyruk yöntemi (queuing)** diye nitelendirilir.

Kuyruk uygulamasında malın tüketicilere olan gerçek maliyeti, tavan fiyat ile tüketicilerin mağaza önlerinde harcadıkları zamanın fırsat maliyetinin toplamına eşittir. Dolayısıyla da mağaza önlerinde harcanan zamanın fırsat maliyetinin piyasa fiyatı ile tavan fiyat arasındaki farktan büyük olduğu tüketiciler için, tavan fiyat uygulaması malın maliyetinin aslında yükselmesine-malın aslında pahalılaşmasına yol açar.

Önce gelen alır uygulaması (kuyruk yöntemi), bazı tüketicilerin çok miktarda mal satın almalarına karşılık, bazı tüketicilerin az miktarda mal

satın almalarına veya hiç mal satın alamamalarına yol açar. Önce gelen alır uygulamasının bu sakıncasını gidermek için, X malının tavan fiyatını tespit eden hükümet, X malının tüketiciler arasındaki dağılımını da düzenler. Bu düzenleme hükümetin kuponlar bastırıp tüketicilere dağıtması ve tüketicilerin de bu kuponlarla birlikte tavan fiyat üzerinden malı mağazalardan satın almaları biçiminde olur. **Tayınlama (rationing)** denilen bu yöntem, İkinci Dünya Savaşı esnasında ülkemizde ve birçok ülkede ekmek, çay ve şeker gibi zorunlu mallarda uygulanmıştır.

Diğer taraftan Şekil 4.1'deki D piyasa talep eğrisi, X malını tavan fiyattan daha yüksek fiyatlardan satın almak isteyen pek çok tüketicinin olduğunu gösterir. Ayrıca satıcılar da, Q_s kadar malı daha yüksek fiyattan satarak daha fazla kâr elde etmek isterler. Bu iki husus bir arada düşünüldüğünde, satıcıların, kuyruk veya kupon yöntemi ile malı tavan fiyattan satın almak isteyenlere yok demeleri ve malı tavan fiyattan yüksek fiyat ödeyen diğer tüketicilere satmaları da mümkündür. Böyle bir uygulamaya, malın piyasada tavan fiyatın üstünde bir fiyattan işlem görmesine, **karaborsa (black market) denir.**

Karaborsa kavramı, tüm satıcıların kanunlara saygılı olduğu bir toplumda, tüketicilerin X malını kuyruk veya kupon yöntemiyle kanuni fiyattan satın aldıktan sonra, diğer tüketicilere daha yüksek bir fiyattan satmalarını da, alıcıların kanunlara saygılı olmadığı durumu da kapsar. Tecrübeler, haksız kazançlara yol açan karaborsanın tavan fiyat tespitinin ayrılmaz bir parçası olduğunu ve tavan fiyat tespitinin paradoksal bir biçimde, en fazla zararı, korumayı amaçladığı tüketicilere verdiğini göstermektedir. Bu husus Şekil 4.1 itibarıyla değerlendirilirse, fiyat tavanı uygulaması satıcıların malı P_2 fiyatından satabilmelerine ve dolayısıyla da $P_c P_2 LA$ alanı kadar haksız kazanç elde etmelerine yol açar. Tavan fiyat uygulamasının ayrılmaz bir parçası olan karaborsa, haksız kazançlara yol açmanın yanında hukuk düzeninin yozlaşmasına da neden olur.

Hükümetler, bazen tüketicileri korumak gerekçesiyle değil de ekonominin bütünündeki fiyat istikrarını sağlamak amacıyla tavan fiyat uygulamasına başvururlar. Böyle bir uygulamada hükümet, bir tek malın değil tüm malların veya önemli tüm malların maksimum fiyatlarını tespit eder. Genelde malların son piyasa fiyatlarına eşit olan bu maksimum fiyatlara uyulması halinde, uygulama süresince fiyatlar dondurulmuş ve böylece ekonomide suni bir fiyat istikrarı sağlanmış olur. Enflasyonun hızlandığı dönemlerde ülkemizde de tartışılan bu uygulamanın ilginç bir örneği,

BÖLÜM 5

TAM REKABET PİYASASINDA ETKİNLİK

5.1	TÜKETİCİ FAZLASI.....	129
5.2	ÜRETİCİ FAZLASI.....	132
5.3	TOPLAM FAZLA ve ETKİNLİK.....	134
5.4	PİYASA DENGESİ ve ETKİNLİK.....	135
5.5	HÜKÜMET MÜDAHALELERİ ve ETKİNLİK.....	138
5.5.1	TAVAN FİYAT ve ETKİNLİK.....	138
5.5.2	TABAN FİYAT ve ETKİNLİK.....	139
5.5.3	VERGİLENDİRME ve ETKİNLİK.....	140
	ÖZET.....	141
	TEMEL KAVRAMLAR.....	142
	ÇALIŞMA SORULARI.....	142

BÖLÜM 5

TAM REKABET PİYASASINDA ETKİNLİK

Bu bölümde tam rekabet piyasasının etkinliği incelenecektir. Bu amaçla önce *tüketici fazlası* ve *üretici fazlası* kavramları üzerinde durulacaktır. Daha sonra tüketici fazlası ve üretici fazlaları toplamından oluşan *toplam fazla* ile *etkinlik arasındaki ilişki* incelenecektir. Bunu *tam rekabetçi piyasa dengesinin etkinlik açısından değerlendirilmesi* izleyecektir. Bu bölümde son olarak, önceki bölümde incelenen *hükümet müdahalelerinin etkinlik açısından sonuçları açıklanacaktır*.

5.1 TÜKETİCİ FAZLASI

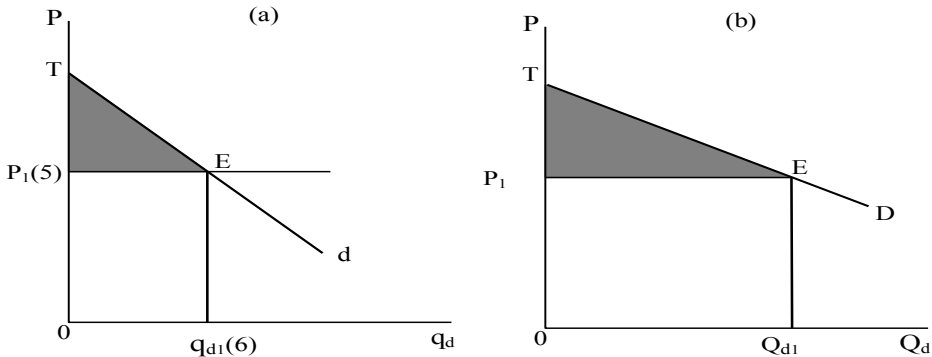
Bir tüketicinin belirli miktarda X malı satın almak için *ödemeye razı olduğu* para miktarı ile *fiilen ödediği* para miktarı arasındaki farka, **tüketici fazlası-tüketici artığı-tüketici rantı (consumer surplus)** denir. Örneğin Ahmet Bey'in 3 kilo hamsi satın almak için ödemeye razı olduğu para miktarı 27 TL iken, 3 kilo hamsi satın almak için fiilen ödediği para miktarı 24 TL ise, tüketici fazlası 3 TL'dir.

Tüketicinin belirli miktarda X malı satın almak için *ödemeye razı olduğu* para miktarı, aslında tüketicinin o miktarda X malından elde ettiği **toplam yararı (total benefit)** yansıtır. Tüketicinin belirli miktarda X malı satın almak için *fiilen ödediği* para miktarı ise, aslında tüketicinin o miktarda malı satın almak için yaptığı **toplam harcamaya (total**

expenditure)-o miktarda malın tüketiciye yüklediği **toplam maliyete (total cost)** eşittir. Bu açıdan bakıldığında tüketici fazlası, *tüketicinin belirli miktarda X malından elde ettiği toplam yarar ile o miktarda X malını satın almak için yaptığı toplam harcama arasındaki fark (tüketicinin belirli miktarda X malından elde ettiği toplam yarar ile o miktarda X malını satın almak için yüklendiği toplam maliyet arasındaki fark)* diye de tanımlanabilir.

İngiliz iktisatçı **Alfred Marshall**'ın (1842-1924) *İktisadın Prensipleri* (1890) başlıklı eserinde iktisat literatürüne kazandırdığı ve bu yüzden de *Marshallgil tüketici fazlası* diye de nitelendirilen tüketici fazlası kavramı, Şekil 5.1'de gösterilmiştir. Şekil 5.1.(a)'daki $0TE_{Q_{d1}}$ alanı, tüketicinin 6 birim X malı satın almak için ödemeye razı olduğu para miktarını (tüketicinin 6 birim X malından elde ettiği toplam yararı) gösterir. Buna karşılık Şekil 5.1.(a)'daki $0P_1E_{Q_{d1}}$ alanı, tüketicinin 6 birim X malı satın almak için fiilen ödediği para miktarını (6 birim X malının tüketiciye yüklediği toplam maliyeti) gösterir. Dolayısıyla Şekil 5.1.(a)'daki P_1TE taralı alanı, tüketicinin 6 birim X malı satın almak için ödemeye razı olduğu para miktarı ile tüketicinin 6 birim X malı satın almak için fiilen ödediği para miktarı arasındaki farkı (tüketicinin 6 birim X malından elde ettiği toplam yarar ile 6 birim X malının tüketiciye yüklediği toplam maliyet arasındaki farkı), kısaca tüketici fazlasını gösterir. Dolayısıyla tüketici fazlası grafiksel olarak, *d bireysel talep eğrisinin altında ve piyasa fiyat doğrusunun üstünde kalan alan veya fiyat doğrusu ile talep eğrisi arasında kalan alan* diye tanımlanabilir.

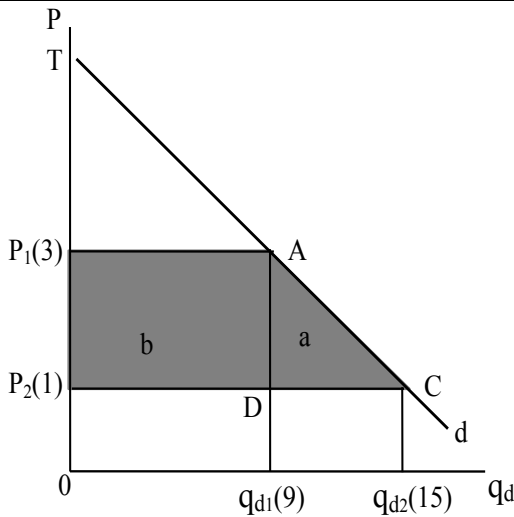
Şekil 5.1 Tüketici Fazlası



Tüketici fazlası kavramı hem bireysel düzeyde bir tüketici için hem de tüm tüketiciler için kullanılır. Piyasadaki tüm tüketicilerin belirli miktarda X malı satın almak için ödemeye razı oldukları para miktarı ile o miktarda malı satın almak için fiilen ödedikleri para miktarı arasındaki farka (piyasadaki tüm tüketicilerin belirli miktarda maldan elde ettikleri toplam yarar ile o miktarda malı satın almak için yaptıkları harcama arasındaki farka), **toplam tüketici fazlası (total consumer surplus)** denir. Tüketici fazlasını tüm tüketiciler açısından ifade eden toplam tüketici fazlası, piyasa talep eğrisi ile piyasa fiyat doğrusu arasında kalan alan ile ölçülür. Bu husus Şekil 5.1.(b)'de gösterilmiştir.

Diğer taraftan tüketicinin satın aldığı malın piyasa fiyatı değişince, tüketici fazlası da tanım gereği değişir. Bu hususun tüm tüketiciler açısından ele alındığı Şekil 5.2'de X malının fiyatı $P_1 = 3$ TL iken 9 birim X malı satın alan tüketicilerin elde ettikleri toplam tüketici fazlası, P_1TA alanına eşittir. Buna karşılık Şekil 5.2'de X malının piyasa fiyatı $P_1 = 3$ TL'den $P_2 = 1$ TL'ye düşünce, tüketici fazlası da P_1TA alanından P_2TC alanına yükselmiştir. Bir başka deyişle, X malının fiyatı 3 liradan 1 liraya düşünce, toplam tüketici fazlası P_1P_2CA alanı kadar artmıştır: X malının fiyatı 3 liradan 1 liraya düşünce, X malı için 3 liradan az 1 liradan fazla bedel ödemek isteyen tüketicilerin ($q_{d2} - q_{d1}$) kadar ilave X malını satın almaları sonucu tüketici fazlası P_1P_2CA alanı kadar artmıştır.

Şekil 5.2 Tüketici Fazlasının Değişmesi



142 KISIM II: Tam Rekabet Piyasasının İşleyişi

4) Hükümetin tam rekabet piyasasına tavan fiyat, taban fiyat ve vergilendirme üzerinden müdahale etmesi, toplam fazlayı ve dolayısıyla da toplumsal refahı olumsuz etkiler-etkinsizliğe yol açar.

TEMEL KAVRAMLAR

Tüketici Fazlası	Toplam Fazla	Özel Marjinal Maliyet
Üretici Fazlası	Özel Marjinal Yarar	Dara Kaybı

ÇALIŞMA SORULARI

1. Tüketici fazlasını şekil üzerinde açıklayınız.
2. Üretici fazlasını şekil üzerinde açıklayınız.
3. Toplam fazla ile etkinlik arasındaki ilişkiyi açıklayınız.
4. *Tam rekabet piyasasında denge sağlanınca etkinlik de sağlanır* ifadesini şekil çizerek açıklayınız.
5. Tavan fiyat uygulamasını etkinlik açısından şekil üzerinde değerlendiriniz.
6. Vergilendirmeyi etkinlik açısından şekil çizerek değerlendiriniz.
7. 2010 yılında düzenlenen Kamu Personeli Seçme Sınavı'nın (KPSS'nin) İktisat Bölümündeki 6. soru aşağıdaki gibidir ve sınav sonrasında bu sorunun doğru cevabı D şıkkı (1050) olarak ilan edilmiştir:

Bir mal için piyasa talep fonksiyonu $Q = 100 - P$ ise $P = 30$ fiyatında bu maldan elde edilen toplam tüketici fazlası kaçtır?

A) 50 B) 225 C) 900 **D) 1050** E) 2100

Oysa sorunun doğru cevabı yukarıdaki şıklardan hiçbirisi değildir. Sorunun doğru cevabını (2450) hesaplayınız.

CEVAP

$Q = 100 - P$, $Q = 0$ iken, $P = 100$ (Talep eğrisi dikey eksen 100'de keser.

$P = 30$ iken $Q = 70$

Dolayısıyla tüketici fazlası $= \frac{1}{2} [(100 - 30) \times 70] = \frac{1}{2} (70 \times 70) = 2450$

BÖLÜM 6

ULUSLARARASI TİCARET

6.1	İHTİSASLAŞMA, TİCARET ve MUTLAK ÜSTÜNLÜKLER	145
6.2	İHTİSASLAŞMA ve MUKAYESELİ ÜSTÜNLÜKLER	146
6.3	ARZ-TALEP ANALİZİ ve SERBEST DIŞ TİCARET	151
6.3.1	İTHALATÇI ÜLKE	151
6.3.2	İHRACATÇI ÜLKE	154
6.4	KORUMACILIK	156
6.4.1	İTHALAT TARİFESİ	157
6.4.2	İTHALAT KOTASI	160
6.4.3	KORUMACILIK ve RANT ARAYIŞI	163
	ÖZET	164
	TEMEL KAVRAMLAR	164
	ÇALIŞMA SORULARI	165

BÖLÜM 6

ULUSLARARASI TİCARET

Bu bölümde serbest dış ticaretin teorik rasyoneli ile serbest dış ticaretin ve korumacılığın toplumsal refah üzerindeki etkileri incelenecektir. Bu amaçla önce İngiliz iktisatçı David Ricardo'nun meşhur *mukayeseli üstünlükler teorisi* açıklanacaktır. Bunu serbest ticaretin toplumsal refah üzerinde etkilerini arz-talep analizi itibarıyla inceleyen açıklamalar izleyecektir. Daha sonra korumacılığın toplumsal refah üzerindeki etkileri üzerinde durulacaktır. Bu bölümde son olarak korumacılık olgusu rant arayışı ile ilişkilendirilecektir.

6.1 İHTİSASLAŞMA, TİCARET ve MUTLAK ÜSTÜNLÜKLER

Gerçek hayatta ülkeler istekleri karşılamakta kullandıkları tüm malları kendileri üretmezler, gerçek hayatta ülkeler kendine yeterli durumda değildirler. Gerçek hayatta ülkeler istekleri karşılamakta kullandıkları mallardan bazılarını kendileri üretirler ve ürettikleri malların bir kısmını diğer ülkelerin ürettikleri mallarla değiştirirler: Farklı malların farklı kişiler-firmalar-ülkeler tarafında üretilmesi demek olan *ihtisaslaşma*, gerçek hayatın ayrılmaz bir parçasıdır.

Gerçek hayatta kişilerin-ülkelerin ihtisaslaşmayı kendine yeterlilik durumuna tercih etmelerinin nedeni, ihtisaslaşmanın daha yüksek bir refah düzeyine ulaşılmasına yol açmasıdır. İhtisaslaşmanın kendine yeterlilik durumuna kıyasla daha fazla mal üretilmesine yol açmasının ilk akla gelen ve modern iktisadın kurucusu Adam Smith tarafından *Milletlerin Zenginliği* başlıklı eserde ifade edilen nedeni, bazı ülkelerin bazı malları aynı miktarda kaynak kullanarak daha fazla miktarda üretme imkanına veya kısaca **mutlak üstünlüğe (absolute advantage)** sahip olmalarıdır.

Mutlak üstünlükler yaklaşımı A ülkesinin bir saat emekle bir yılda 100 kilo patates 5 kilo fasulye üretmesine karşılık, B ülkesinin bir saat emekle bir yılda 80 kilo patates 9 kilo fasulye üretmesi üzerinden örneklendirilebilir. Adam Smith'e göre bu durumda, her ülke mutlak üstünlüğe sahip olduğu malın üretiminde ihtisaslaşır ve ürettiği malların ihtiyacını aşan kısmıyla, ihtiyaç duyduğu diğer malları satın alır:

Bu bağlamda A ülkesi mutlak üstünlüğe sahip olduğu patates üretiminde ihtisaslaşır ($100 > 80$, $5 < 9$) ve ürettiği patatesin ihtiyacını aşan kısmıyla fasulye üretiminde mutlak üstünlüğe sahip olan ($80 < 100$, $9 > 5$) ve dolayısıyla da fasulye üretiminde ihtisaslaşan B ülkesinden fasulye satın alır. Buna karşılık fasulye üretiminde mutlak üstünlüğe sahip olan B ülkesi fasulye üretiminde ihtisaslaşır ve ürettiği fasulyenin ihtiyacını aşan kısmıyla patates üretiminde mutlak üstünlüğe sahip olan ve dolayısıyla da ihtisaslaşan A ülkesinden patates satın alır. Mutlak üstünlüklere dayalı bu ihtisaslaşma sonucu, hem A hem B ülkesinde tüketim-refah düzeyi (burada açıklanmayacak olan bir süreç sonunda) kendine yeterlilik durumuna kıyasla artar.

6.2 İHTİSASLAŞMA ve MUKAYESELİ ÜSTÜNLÜKLER

Mutlak üstünlük yaklaşımı, ihtisaslaşmanın nedenini açıklamakta aslında yetersizdir. Zira mutlak üstünlükler görüşüne göre ülkelerden birisi her iki malın üretiminde de mutlak üstünlüğe sahip olduğunda ihtisaslaşmadan elde edilecek bir kazanç yoktur ve dolayısıyla da ihtisaslaşma ortaya çıkmaz. Oysa David Ricardo'ya göre, gerçek hayatta çok sık karşılaşılan böyle bir durumda bile, tarafların ihtisaslaşmadan kazanç elde etmeleri ve dolayısıyla da ihtisaslaşmanın ortaya çıkması mümkündür.

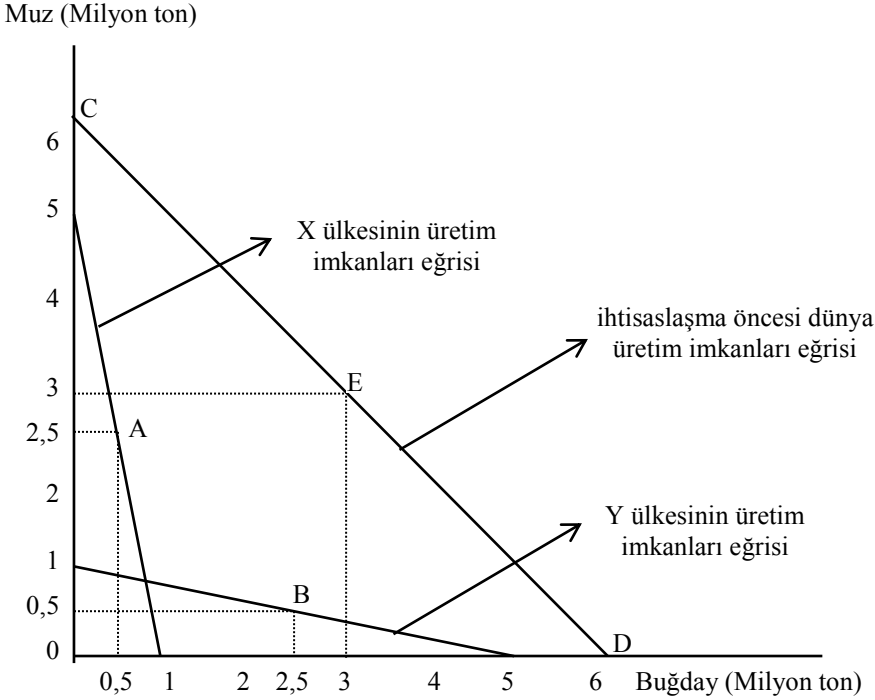
David Ricardo'nun (1772-1823) *Politik İktisadın ve Vergilendirmenin Temelleri (Principles of Political Economy and Taxation)* başlıklı kitapta (1817) ileri sürdüğü alternatif yaklaşıma göre, ülkelerden birisi her iki malın üretiminde mutlak üstünlüğe sahip olsa bile, *taraflar daha düşük fırsat maliyeti ile ürettikleri malların üretiminde ihtisaslaşmak suretiyle*, daha yüksek bir refah düzeyine ulaşabilirler: İhtisaslaşmanın ortaya çıkması için, *ülkelerin malları farklı fırsat maliyetleri üzerinden üretmeleri (mukayeseli üstünlük) yeterlidir. Mukayeseli üstünlük (comparative advantage)* diye nitelendirilen bu yaklaşım, Şekil 6.1-6.3'te *sabit fırsat maliyeti* basitleştirici varsayımı altında incelenmiştir.

Dikey eksen ve yatay eksen sırasıyla muz ve buğday miktarının gösterildiği Şekil 6.1'de, X ülkesinde bir yılda maksimum 5 milyon ton muz ve 1 milyon ton buğday, Y ülkesinde ise bir yılda maksimum 1 milyon ton muz ve 5 milyon buğday üretilbileceği; kendine yeterlilik durumunda X ülkesinin 2.5 milyon ton muz ve 0.5 milyon ton buğday ürettiği (A noktası), Y ülkesinin ise 2.5 milyon ton buğday ve 0.5 milyon ton muz ürettiği (B noktası) varsayılmıştır.

Şekil 6.1'deki CED çizgisi, X ve Y ülkelerinden oluşan bir dünyadaki ihtisaslaşma öncesi dünya üretim imkanları eğrisidir. CED doğrusunun dikey eksen ve yatay eksen kestiği noktalar dünya maksimum muz ve buğday üretim miktarları gösterir. X ve Y ülkelerinde mevcut kaynaklarla bir yılda üretilebilecek maksimum muz ve buğday miktarının sırasıyla (5 milyon ton muz-1 milyon ton buğday) ve (1 milyon ton muz-5 milyon ton buğday) olduğundan, otarşi durumundaki dünya üretim imkanları eğrisi yatay ve dikey eksenleri 6 milyon ton muz-6 milyon ton buğday değerlerinde keser.

CED ihtisaslaşma öncesi dünya üretim imkanları eğrisi üzerinde yer alan E (3 milyon ton muz-3 milyon ton buğday) noktası ise, X ve Y ülkelerinin kendine yeterlilik durumunda sırasıyla (2.5 milyon ton muz ve 0.5 milyon ton buğday) ve (2.5 milyon ton buğday ve 0.5 milyon ton muz) ürettikleri hususunu yansıtır.

Şekil 6.1 Otarşi Durumunda Üretim ve Tüketim



BÖLÜM 7

PİYASA BAŞARISIZLIĞI

7.1	DIŞSALLIKLAR	169
7.1.1	ÜRETİMDE DIŞSALLIKLAR	171
7.1.2	TÜKETİMDE DIŞSALLIKLAR	174
7.1.3	PİGOUCU VERGİLENDİRME	177
7.1.4	COASE TEOREMİ	179
7.2	ASİMETRİK BİLGİ	179
7.2.1	MUKAVELE ÖNCESİ ASİMETRİK BİLGİ: LİMON MODELİ ve TERS SEÇİLME	180
7.2.2	SİNYAL-İŞARET GÖNDERME	185
7.2.3	HAVUZ DENGESİ ve AYIRICI DENGİ	185
7.2.4	MUKAVELE SONRASI ASİMETRİK BİLGİ	186
7.3	KAMU MALLARI	187
7.4	PİYASA GÜCÜ	190
	ÖZET	191
	TEMEL KAVRAMLAR	192
	ÇALIŞMA SORULARI	193

BÖLÜM 7

PIYASA BAŞARISIZLIĞI

Piyasa mekanizmasının (hükümet müdahalesinin olmadığı bir ortamda) toplumsal yararın maksimize edilmesini (etkinliği) sağlayamamasına, **piyasa başarısızlığı (market failure)** denir. Piyasa başarısızlığı dört durumda ortaya çıkar, *dışsallıklar, asimetrik bilgi, kamu malları ve piyasa gücü*. Bu bölümde piyasa başarısızlığına yol açan söz konusu unsurlar incelenecektir.

7.1 DIŞSALLIKLAR

Tam rekabet piyasasında etkinliğin incelendiği Bölüm 5'teki açıklamalarda, ilave birim X malı üretiminin toplam fazlada ve böylece toplumsal refahta meydana getireceği değişikliğin, ilave birim X malının malı satın alan tüketicilere sağladığı yarar ile malı üreten firmalara yüklediği maliyet arasındaki farka eşit olduğu kabul edilmiştir. Bir başka deyişle, tam rekabet piyasasında etkinliğin incelendiği önceki bölümdeki açıklamalarda, X malının *sadece* malı üreten firmalara bir maliyet yüklediği ve sadece malı satın alan tüketicilere bir yarar sağladığı varsayılmıştır.

Söz konusu varsayım hayatın işleyişine genelde uygun bir varsayım olmakla beraber, bazen *bir malın üretimi o malı üreten firma dışındaki*

tarafları etkileyebilir. Bu bağlamda bir malın üretiminin o malı üreten firma dışındaki taraflara bir yarar sağlamasına **üretimde olumlu dışsallık (positive externality in productions)** denir. Üretimde olumlu dışsallığın örnekleri arasında, bahçesinde elma yetiştiren bir çiftçinin bal üreticilerine sağladığı yarardan veya yüklü bir araştırma-geliştirme harcaması karşılığında yeni bir mal üreten bir üreticinin, bu icadı daha sonra kullanacak olan üreticilere sağladığı yarardan söz edilebilir.

Benzer biçimde bir malın üretiminin o malı üreten firma dışındaki taraflara bir maliyet yüklemesine, **üretimde olumsuz dışsallık (negative externality in productions)** denir. Üretimde olumsuz dışsallığa örnek olarak, çimento üretirken hava kirliliğine yol açan ve dolayısıyla da çevredeki tüketicilere sağlık riski biçiminde bir maliyet yükleyen bir çimento üreticisinin durumu veya nehir kıyısında kurulu bir fabrikada boya üretirken atıklarla nehri kirleten ve böylece geçimlerini nehirde balık avlayarak sağlayan balıkçılara bir maliyet yükleyen boya üreticisinin durumu gösterilebilir.

Diğer taraftan bir malın tüketimi bazen o malı satın alan kişi dışındaki tarafları etkileyebilir: Dışsallıklar üretimin yanı sıra tüketimde de olabilir: Bu bağlamda bir malın tüketiminin o malı tüketen kişi dışındaki taraflara bir yarar sağlamasına **tüketimde olumlu dışsallık (positive externality in consumption)** denir. Tüketimde olumlu dışsallığa örnek olarak, aşı olan ve hijyen koşullarına dikkat eden kişilerin diğer kişilere sağlıklı bir ortamda yaşama imkanı sağlamaları veya eğitilmiş insanların diğer kişilere daha verimli bir ortamda yaşama imkanı sağlamaları gösterilebilir.

Benzer biçimde bir malın tüketiminin o malı tüketen kişi dışındaki taraflara bir maliyet yüklemesine, **tüketimde olumsuz dışsallık (negative externality in consumption)** denir. Tüketimde olumsuz dışsallığın klasik örneği, sigara içen bir kişinin çevresindeki kişilerin sağlıklarını riske sokmasıdır.

Bir malın üretiminin ve tüketiminin üçüncü taraflara bir maliyet yüklemesi veya bir yarar sağlaması (bir malın üretiminin ve tüketiminin malı üreten firma ve malı satın alan tüketici dışındaki tarafları etkilemesi veya üretim ve tüketim faaliyetinin yan etkisi-side effect) demek olan dışsallıklar (externalities) olduğunda, özel maliyeti ve özel yararı hesaba katan piyasa mekanizması, sosyal yararı maksimize eden miktarda (optimal) mal üretilmesini sağlayamaz. Bu husus üretimde dışsallık ve tüketimde dışsallık ayırımı altında incelenebilir.

7.1.1 ÜRETİMDE DIŞSALLIKLAR

Üretimde dışsallık olduğunda (bir malın üretimi o malı üreticisi dışındaki taraflara bir maliyet yüklediğinde veya bir yarar sağladığında), *ilave birim mal üretmenin topluma yüklediği maliyet demek olan sosyal marjinal maliyet (social marginal cost, SMC)*, *ilave birim mal üretmenin üreticiye yüklediği maliyet demek olan özel marjinal maliyete (PMC)* eşit değildir. Üretimde *dışsallık* durumunda, sosyal marjinal maliyet, özel marjinal maliyet ile *ilave birim mal üretmenin diğer taraflara yüklediği maliyet* demek olan **dışsal marjinal maliyetin (external marginal cost, EMC)** toplamına eşittir.

$$SMC = PMC + EMC$$

Bu bağlamda üretimde *olumsuz* dışsallık olduğunda-ilave birim mal üretimi (üreticinin yanı sıra) diğer taraflara bir maliyet yüklediğinde ($EMC > 0$), sosyal marjinal maliyet özel marjinal maliyette dışsal marjinal maliyet kadar büyüktür.

$$SMC = PMC + EMC, EMC > 0 \text{ ve dolayısıyla } SMC > PMC$$

Buna karşılık üretimde *olumlu* dışsallık durumunda-ilave birim mal üretimi üreticiye bir maliyet yüklerken diğer taraflara bir yarar sağladığında-negatif bir maliyet yüklediğinde ($EMC < 0$), sosyal marjinal maliyet özel marjinal maliyetten dışsal marjinal maliyet kadar küçüktür.

$$SMC = PMC + EMC, EMC < 0 \text{ ve dolayısıyla } SMC < PMC$$

Üretimde olumsuz dışsallık olduğunda piyasa mekanizması tam rekabet ortamında sosyal yararı maksimize eden miktarda mal üretilmesini veya kısaca etkinliği sağlayamaz. Bu husus tüketimde dışsallığın olmadığı (sosyal marjinal yararın-ilave birim mal tüketiminin topluma sağladığı yararın, özel marjinal yarara-ilave birim mal tüketiminin tüketiciye sağladığı yarara eşit olduğu) varsayımının benimsendiği ($SMB = PMB$) Şekil 7.1’de gösterilmiştir.

KISIM III

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI ve TALEP

Tüketicinin amacı gelir sınırlaması altında faydayı maksimize etmektir. Tüketicinin amacı veri gelirle satın alınabilecek en iyi mal sepetini satın almaktır. Bu kısımda tüketicilerin bu davranışı ve bu davranışın içerdği hususlar incelenecektir. Bu bağlamda önce *tüketici dengesi* ve *talep* üzerinde durulacaktır (Bölüm 8). Daha sonra *talep esneklikleri* ele alınacaktır (Bölüm 9).

BÖLÜM 8

TÜKETİCİ DENGESİ VE TALEP

8.1	KARDİNAL YAKLAŞIM	199
8.1.1	TOPLAM FAYDA, MARJİNAL FAYDA ve AZALAN MARJİNAL FAYDA İLKESİ	199
8.1.2	TÜKETİCİ DENGESİ: EŞMARJİNAL İLKESİ	201
8.1.3	TÜKETİCİ DENGESİ ve BİREYSEL TALEP EĞRİSİ	206
8.1.4	DEĞER PARADOKSU	208
8.2	ORDİNAL YAKLAŞIM: FARKSIZLIK EĞRİLERİ TEORİSİ	210
8.2.1	BÜTÇE DOĞRUSU	210
8.2.2	FARKSIZLIK EĞRİSİ	212
8.2.3	TÜKETİCİ DENGESİ	215
8.2.4	TÜKETİCİ DENGESİ ve BİREYSEL TALEP EĞRİSİ	216
8.2.5	İKAME ETKİSİ ve GELİR ETKİSİ	218
8.2.6	GIFFEN MALI VAR MI?	221
	ÖZET	224
	TEMEL KAVRAMLAR	225
	ÇALIŞMA SORULARI	225

BÖLÜM 8

TÜKETİCİ DENGESİ ve TALEP

Bu bölümde fayda maksimizasyonunu amaçlayan bir tüketicinin davranışı incelenecektir. Bu amaçla konu önce *faydanın ölçülebilir* olduğunun varsayıldığı *kardinal* yaklaşım çerçevesinde ele alınacaktır. Bu bağlamda önce *toplam fayda*, *marjinal fayda* ve *azalan marjinal fayda ilkesi* kavramları üzerinde durulacaktır. Daha sonra *tüketici dengesi* incelenecek ve tüketici dengesinden hareketle *bireysel talep eğrisinin türetilişi* açıklanacaktır. Faydanın ölçülebilir olduğunun varsayıldığı kardinal yaklaşım çerçevesinde son olarak, *değer paradoksu* incelenecektir.

Bu bölümde daha sonra tüketicinin fayda maksimizasyonu davranışı, *faydanın karşılaştırılabilir* olduğu varsayımının benimsendiği *ordinal* yaklaşım-farksızlık eğrileri teorisi çerçevesinde ele alınacaktır. Bu bağlamda önce *bütçe doğrusu* ve *farksızlık eğrisi* kavramları üzerinde durulacaktır. Bunu tüketici dengesine ve bireysel talep eğrisinin türetilmesine yönelik açıklamalar izleyecektir. Bu bölümde son olarak (Bölüm 3'te sözü edilen) ikame ve gelir etkileri üzerinden talep kanununun işleyiş mekanizması değerlendirilecek ve *Giffen malı var mı* sorusu cevaplandırılacaktır.

8.1. KARDİNAL YAKLAŞIM

8.1.1 TOPLAM FAYDA, MARJİNAL FAYDA ve AZALAN MARJİNAL FAYDA İLKESİ

Kişinin belirli bir dönemde tükettiği bir malın tüm birimlerinden elde ettiği tatmine-faydaya, **toplam fayda (total utility, TU)** denir. Kişinin belirli bir dönemde tükettiği bir malın her ilave biriminden elde ettiği tatmin-fayda ise, **marjinal fayda (marginal utility, MU)** diye nitelendirilir. Marjinal fayda, tanım gereği, kişinin her ilave birim mal tüketmesi sonucu, toplam faydada meydana gelen değişikliğe eşittir, $MU = \Delta TU$. Marjinal fayda ve toplam fayda arasındaki ilişki, Ahmet Bey'in günlük hamburger tüketimi itibarıyla Tablo 8.1'de örneklendirilmiştir.

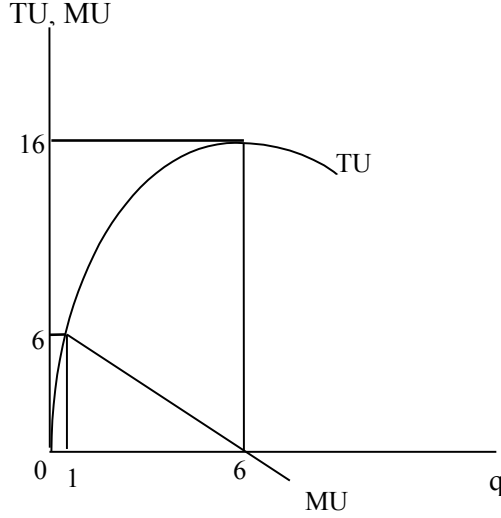
Tablo 8.1 Toplam Fayda ve Marjinal Fayda

Günlük Hamburger Miktarı	Toplam Fayda (TU)	Marjinal Fayda (MU= Δ TU)
0	0	-
1	6	6
2	10	4
3	13	3
4	15	2
5	16	1
6	16	0
7	14	-2

Diğer taraftan kişinin belirli bir dönemde tükettiği mal miktarı arttıkça, her ilave birim maldan elde ettiği fayda azalır. Örneğin Ahmet Bey birinci birim hamburgere kıyasla ikinci birim hamburgerden, ikinci birim hamburgerde kıyasla üçüncü birim hamburgerden, üçüncü birim hamburgerde kıyasla dördüncü birim hamburgerden ve dördüncü birim hamburgerde kıyasla beşinci birim hamburgerden daha az fayda elde eder, $MU_1 = 6 > MU_2 = 4 > MU_3 = 3 > MU_4 = 2 > MU_5 = 1$. Tüketicinin belirli bir maldan belirli bir dönemde kullandığı mal miktarı arttıkça, her ilave birimden elde ettiği faydanın veya kısaca marjinal faydanın giderek azalmasına, **azalan marjinal fayda ilkesi (principle of diminishing marginal utility)** denir.

Kişinin tükettiği miktar arttıkça giderek azalan marjinal fayda, belirli bir tüketim düzeyinde sifıra eşit olur. Kişinin tükettiği ilave birim maldan elde ettiği faydanın sifıra eşit olduğu bu tüketim düzeyi, **doyum noktası (saturation point)** diye nitelendirilir. Tablo 8.1’de Ahmet Bey günde 6 birim hamburger yediğinde ortaya çıkan doyum noktası aşılmıca, tüketicinin her ilave birim maldan elde ettiği fayda, negatif olur ve dolayısıyla da toplam fayda azalır. Sahip olduğu gelir ile satın alabileceği en iyi mal sepetini satın almayı (fayda maksimizasyonunu) amaçlayan bir tüketici, bir malı doyum noktasının içerdiği miktarda veya doyum noktasını aşan miktarda asla satın almaz.

Toplam fayda, marjinal fayda ve azalan marjinal fayda ilkesi kavramlarına ilişkin yukarıdaki açıklamalar, Şekil 8.1’de gösterilmiştir.

Şekil 8.1 Toplam-Marjinal Fayda ve Azalan Marjinal Fayda İlkesi**8.1.2 TÜKETİCİ DENGESİ: EŞMARJİNAL İLKESİ**

n sayıda mal kullanan bir tüketici-kışı, farklı miktarlarda n sayıda mal ihtiva eden z sayıdaki mal sepetinden birini satın almak suretiyle isteklerini tatmin eder. Tüketicinin z sayıdaki mal sepetinden hangisini satın alacağı ise, her şeyden önce sahip olduğu gelir düzeyine bağlıdır. Zira bir tüketici, sahip olduğu gelirden fazla bir harcama yapılmasını gerektiren bir mal sepetini satın alamaz.

Sahip olduğu gelir ile satın alabileceği mal sepetlerinden birini satın almak durumunda olan bir tüketici, alternatif mal sepetlerinden herhangi birini değil, kendisine en yüksek tatmini-faydayı sağlayan mal sepetini satın alır. Bir başka deyişle, tüketici satın alabileceği herhangi bir mal sepetini değil, satın alabileceği *en iyi mal sepetini* satın alır.

Tüketicinin, gelirinin tümünü harcayarak satın alınabilecek en iyi sepeti satın aldığı-faydasını maksimize ettiği duruma, **tüketici dengesi (consumer equilibrium)** denir. Tüketici dengesi analizinin amacı, tüketicinin nasıl davrandığında faydasını maksimize ettiğini-tüketici denge koşulunun ne olduğunu açıklamaktır.

226 KISIM III: Tüketici Davranışları ve Talep

2. Tüketici dengesini tanımladıktan sonra eşmarjinal ilkesini açıklayınız.
3. Tüketici dengesi ile talep eğrisi arasındaki ilişkiyi açıklayınız.
4. Değer paradoksunu açıklayınız ve değerlendiriniz.
5. Bütçe doğrusu ve farksızlık eğrisi kavramlarını şekil üzerinde açıklayınız.
6. Farksızlık eğrileri yaklaşımında tüketici dengesi nasıl sağlanır. Şekil çizerek açıklayınız.
7. Farksızlık eğrileri yaklaşımında tüketici dengesi ile talep eğrisi arasında nasıl bir ilişki vardır? Şekil çizerek açıklayınız.
8. Toplam etki, ikame etkisi ve gelir etkisi kavramlarını tanımlayınız. Üstün mal, düşük mal ve Giffen malı durumlarında ikame ve gelir etkileri arasında nasıl bir ilişki vardır. Şekil üzerinde açıklayınız.
9. “Her Giffen malı düşük maldır. Ancak her düşük mal Giffen malı değildir”. Bu ifadeyi açıklayınız.
10. “Her üstün mal sıradan maldır. Ancak her sıradan mal üstün mal değildir.” Bu ifadeyi açıklayınız.
11. 2010 yılında düzenlenen Kamu Personeli Seçme Sınavı’nın (KPSS’nin) İktisat Bölümündeki 1. soru aşağıdaki gibidir ve sınav sonrasında bu sorunun doğru cevabı D şıkkı (Carl Menger) olarak ilan edilmiştir.

Tüketici dengesinin bütün malların marjinal faydaları birbirine eşit olduğunda sağlanacağını ileri süren iktisatçı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Stanley Jevons B) Leon Walras C) Alfred Marshall
D) Carl Menger E) Wilfredo Pareto

CEVAP: 19. yüzyılın önemli iktisatçılarından biri olan Avusturyalı Carl Menger (1840-1921) 1871 yılında yayınlanan **İktisadın Prensipleri (Principles of Economics)** başlıklı önemli eserinde, “tüketici dengesinin bütün malların marjinal faydaları birbirine eşit olduğunda sağlanacağı” gibi yanlış bir görüş ileri sürmemiştir. Menger, *malların fiyatlarının birbirine ve bire eşit olduğu* ($P_X = P_Y = 1$) varsayımı altında, tüketici dengesinin bütün malların marjinal faydaları birbirine eşit olduğunda sağlanacağını söylemiştir. Dolayısıyla da soru her şeyden önce içeriği itibarıyla yanlıştır.

Ayrıca Menger’in ulaştığı yukarıda belirtilen sonuca, Menger’den altı yıl önce Jevons ve üç yıl sonra Walras ulaşmış olduğu için, sorunun A, B ve D şıkları gibi üç doğru cevabı vardır. Dolayısıyla da 2012 Yılı KPSS İktisat Test Sınavında sorulan birinci sorunun kendisi gibi cevabı da yanlıştır.

BÖLÜM 9

TALEP ESNEKLİKLERİ

9.1	TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ	229
9.1.1	FİYAT ESNEKLİĞİNİN TANIMI ve YORUMU	229
9.1.2	FİYAT ESNEKLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİ	232
9.1.3	ESNEKLİK ve EĞİM	236
9.1.4	ESNEKLİK ve TOPLAM HARCAMA	239
9.1.5	FİYAT ESNEKLİĞİNİN BELİRLEYİCİLERİ	241
9.1.6	FİYAT ESNEKLİĞİ ve VERGİNİN YANSIMASI	242
9.2	TALEBİN GELİR ESNEKLİĞİ	245
9.2.1	GELİR ESNEKLİĞİNİN TANIMI ve YORUMU	245
9.2.2	GELİR ESNEKLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİ	248
9.3	TALEBİN ÇAPRAZ ESNEKLİĞİ	249
	ÖZET	251
	TEMEL KAVRAMLAR	253
	ÇALIŞMA SORULARI	253

BÖLÜM 9

TALEP ESNEKLİKLERİ

Bu bölümde, bir malın talebinin o malın fiyatındaki, tüketicinin gelirindeki ve diğer malların fiyatlarındaki değişmelere olan duyarlılığı üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda önce bir malın talebinin o malın fiyatındaki değişmelere olan duyarlılığı-*talebin fiyat esnekliği* incelenecektir. Bunu bir malın talebinin tüketicinin gelirindeki değişmelere olan duyarlılığına-*talebin gelir esnekliğine* ilişkin açıklamalar izleyecektir. Bu bölümde son olarak bir malın talebinin diğer malların fiyatlarındaki değişmelere olan duyarlılığı-*talebin çapraz esnekliği* ele alınacaktır.

9.1 TALEBİN FİYAT ESNEKLİĞİ

9.1.1 FİYAT ESNEKLİĞİNİN TANIMI ve YORUMU

Bir maldan talep edilen miktarın, o malın fiyatındaki değişmelere olan duyarlılığına, **talebin fiyat esnekliği (price elasticity of demand, e_d)** denir. Talebin fiyat esnekliği, bir maldan talep edilen miktardaki yüzde değişimin o malın fiyatındaki yüzde değişmeye oranına eşittir.

$$e_d = \frac{\text{Talep Edilen Miktardaki Yüzde Değişme}}{\text{Fiyattaki Yüzde Değişme}} \quad (9.1)$$

Örneğin elmanın fiyatı % 10 *yükseldiğinde* talep edilen elma miktarı % 20 azalıyorsa, elma talebinin fiyat esnekliği -2'dir:

$$e_d = -20/10 = -2$$

Veya tam terine elmanın fiyatı % 10 *düştüğünde* talep edilen elma miktarı % 20 artıyorsa, elma talebinin fiyat esnekliği yine -2'dir.

$$e_d = 20/-10 = -2$$

Talebin fiyat esnekliğinin negatif olmasının nedeni, bir malın fiyatı ile o maldan talep edilen miktarın ters yönlü değiştiği yolundaki talep kanunudur. Ancak iktisatçılar esneklik analizinde bir maldan talep edilen miktarın o malın fiyatı ile ne yönde değiştiği ile değil, bir maldan talep edilen miktarın o malın fiyatındaki değişmelere olan duyarlılığının *şiddeti (magnitude)* ile ilgilenirler. Bu yüzden de talebin fiyat esnekliğini yorumlarken, esnekliğin her zaman negatif olduğu gerçeğini hesaba katmazlar ve talebin fiyat esnekliğini mutlak değer olarak, sanki pozitif bir büyüklükmiş gibi yorumlarlar. Örneğin X ve Y gibi iki mal için hesaplanan esneklik değerleri sırasıyla -4 ve -3 ($-4 < -3$) ise, iktisatçılar bu değerleri önlerindeki eksi işaretleri ihmal ederek 4 ve 3 olarak ele alırlar ve dolayısıyla da talebin fiyat esnekliğinin X malında daha yüksek olduğunu söylerler, $4 > 3$.

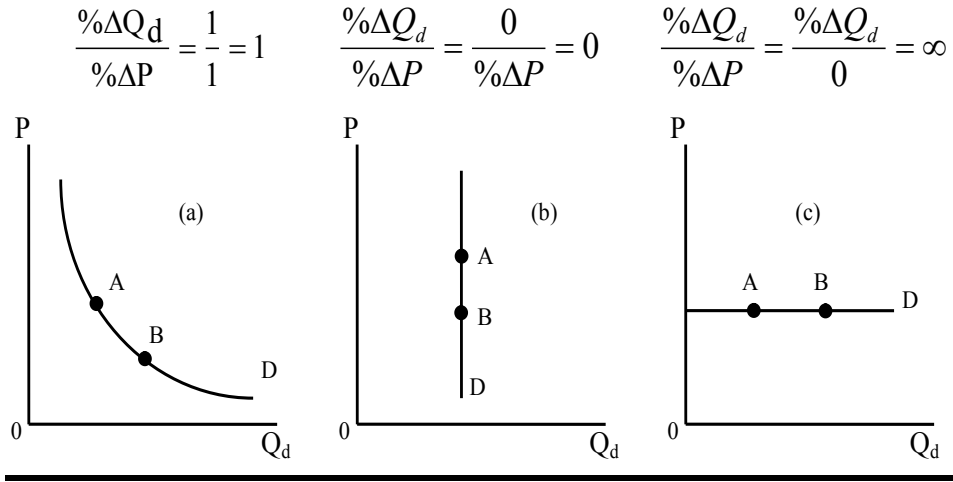
Talebin fiyat esnekliği, X malından talep edilen miktarın X malının fiyatındaki her % 1'lik değişme için % kaç değiştiğini gösterir. Örneğin X malının fiyatı % 10 artınca X malından talep edilen miktar % 20 azalmış ise, talebin fiyat esnekliği 2 olur ve bu 2 değeri de, X malının fiyatı % 1 artınca X malından talep edilen miktarın % 2 azaldığını belirtir.

Talebin fiyat esnekliği beş grupta incelenir: Talep edilen miktardaki yüzde değişimin fiyatındaki yüzde değişmeden büyük olması (malın fiyatı % 2 artarken talep edilen miktarın % 4 azalması) halinde, talebin fiyat esnekliği bir'den büyük olur: $e_d > 1$. Bu durum kısaca **esnek talep (elastic demand)** diye nitelendirilir. Tam tersine, talep edilen miktardaki yüzde değişimin fiyatındaki yüzde değişmeden küçük olması (malın fiyatı % 2 artarken talep edilen miktarın % 1 azalması) halinde, talebin fiyat esnekliği bir'den küçük olur: $(e_d < 1)$. Bu durum da kısaca **esnek olmayan talep (inelastic demand)** diye nitelendirilir.

Talep edilen miktarın malın fiyatı ile aynı oranda değişmesi (örneğin malın fiyatı % 2 artarken talep edilen miktarın da % 2 azalması) halinde, talebin fiyat esnekliği bir'e eşit olur: $e_d = 1$. Bu durum **birim esnek talep (unit elastic demand)** diye nitelendirilir. Birim esnek talebin geometrik yeri, Şekil 9.1.(a)'daki ikizkenar hiperboldür.

Talep edilen miktarın malın fiyatına hiç duyarlı olmaması (malın fiyatı % 2 artarken-azalırken talep edilen miktarın hiç değişmemesi, $\Delta Q_d = 0$) halinde, talep esnekliği sıfır olur: $e_d = 0$ olur. Bu duruma **tam esnek olmayan talep (perfectly inelastic demand)** denir. Tam esnek olmayan talebin geometrik yeri, Şekil 9.1.(b)'deki yatay eksene dik doğrudur.

Şekil 9.1 Birim Esnek-Tam Esnek Olmayan-Tam Esnek Talep



Nihayet, X malından talep edilen miktarın X malının fiyatına sonsuz duyarlı olması (belirli bir fiyattan sonsuz miktarda mal talep edilmesine karşılık, fiyatta çok küçük bir artma olunca hiç mal talep edilmemesi) ve dolayısıyla da talep esnekliğinin sonsuz olması ($e_d = \infty$) durumuna, **tam esnek talep (perfectly elastic demand)** denir. Tam esnek talebin geometrik yeri, Şekil 9.1.(c)'deki yatay eksene paralel doğrudur.

Biraz sonra açıklanacağı üzere, negatif eğimli bir talep eğrisi üzerindeki her noktada esneklik farklıdır. Buna karşılık birim esnek talep ($e_d = 1$) tam esnek olmayan talep ($e_d = 0$) ve tam esnek talep ($e_d = \infty$) durumlarında, talep eğrisi üzerindeki her noktada esneklik tanım gereği aynıdır. Bir başka deyişle, Şekil 9.1. (a), (b) ve (c)'deki D talep eğrisi üzerindeki A ve B gibi her alternatif noktada esneklik sırasıyla bire (a), sıfıra (b) ve sonsuza (c) eşittir. Bu yüzden de birim esnek talep, tam esnek olmayan talep ve tam esnek talep durumlarını temsil eden Şekil 9.1'deki talep eğrilerine, **esnekliği her noktada aynı olan talep eğrileri** denir.

254 KISIM III: Tüketici Davranışları ve Talep

hesaba katarak açıklayınız.

CEVAP: Bu sorunun soruda belirtilen doğru cevabına ulaşmak için yay esneklik formülünü kullanmak gerekir:

$$e_d = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P} = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P} = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \frac{P}{Q_d}$$

$$e_d = (500.000/1) / (1/1.000.000) = 1/2$$

Bu bölümde talebin fiyat esnekliğinin hesaplanması konusunda yapılan açıklamalar hesaba katıldığında, bu sorunun cevabının aslında yanlış olduğu sonucuna, daha doğrusu soruda sorunun doğru cevabının hiç olmadığı sonucuna ulaşılır. Zira soruda fiyat %100 artmıştır, fiyattaki değişme büyüktür ve bu durumda talebin fiyat esnekliğini doğru biçimde ölçmek için yay esneklik formülünü değil *orta nokta yay esneklik formülünü* kullanmak gerekir. Gerçekten de soruyu fiyatın 2 TL'den 1 TL'ye düştüğü ve bunun da gazete talebinin 500 binden 1 milyona yükselmesine yol açtığı biçiminde sorarsak, talebin fiyat esnekliği 2 olarak hesaplanır:

$$e_d = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P} = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P} = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \frac{P}{Q_d} =$$

$$e_d = 500.000/1 \cdot 2/500.000 = 2$$

Aynı verilerle esnekliğin fiyatın yükseldiği durumda 1/2, fiyatın düştüğü durumda 2 olduğunu söylemenin anlamsızlığını bertaraf etmenin yolu, (Batıda yazılan çağdaş iktisat kitaplarında yıllardır ve SBF'de 20 yıldır anlatıldığı gibi) esnekliği *orta nokta yay esneklik formülü* üzerinden 1 olarak hesaplamaktır:

$$e_d = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \frac{P_1 + P_2}{Q_{d1} + Q_{d2}}$$

$$e_d = (500.000/1) (3/1.500.000) = (1)/(3/3) = 1$$

Dolayısıyla da 2012 yılı Kamu Personeli Seçme Sınavı'nın İktisat Bölümündeki 14. sorunun ilan edilen cevabı (1/2) yanlıştır, doğru cevap 1'dir.

KISIM IV

ÜRETİM TEKNOLOJİSİ ve MALİYETLER

Firmalar malları diledikleri herhangi bir girdi bileşimi üzerinden değil, üretim teknolojisinin imkan verdiği girdi bileşimlerinden biri üzerinden üretirler. Bu bağlamda firmalar, üretim sürecinde üretim teknolojisi sınırlamasına tabidirler. Kitabın bu dördüncü kısmının birinci amacı, *üretim teknolojisini* açıklamaktır (Bölüm 10). Diğer taraftan, girdileri üretim teknolojisi aracılığıyla çıktıya dönüştüren her firma, belirli bir maliyete maruz kalır. Bu kısmın ikinci amacı, üretim teknolojisi sınırlaması altında faaliyette bulunan bir firmanın maruz kaldığı *üretim maliyetlerini* açıklamaktır (Bölüm 11).

BÖLÜM 10

ÜRETİM TEKNOLOJİSİ

10.1	ÜRETİM YÖNTEMİ ve ÜRETİM FONKSİYONU	259
10.2	KISA DÖNEM ÜRETİM FONKSİYONU: AZALAN MARJİNAL VERİMLER KANUNU	261
10.2.1	TOPLAM ÜRÜN	261
10.2.2	MARJİNAL ÜRÜN ve ORTALAMA ÜRÜN	262
10.2.3	MARJİNAL ÜRÜN ve ORTALAMA ÜRÜN İLİŞKİSİ	263
10.2.4	TOPLAM, MARJİNAL ve ORTALAMA ÜRÜN EĞRİLERİ	265
10.2.5	AZALAN MARJİNAL VERİMLER KANUNU	266
10.3	UZUN DÖNEM ÜRETİM FONKSİYONU: ÖLÇEĞİN VERİMİ	267
	ÖZET	269
	TEMEL KAVRAMLAR	269
	ÇALIŞMA SORULARI	269

BÖLÜM 10

ÜRETİM TEKNOLOJİSİ

Bu bölümde bir firmanın üretim faaliyetinin tabi olduğu teknoloji unsuru ele alınacaktır. Bu amaçla önce *üretim fonksiyonu* kavramı tanıtılacaktır. Daha sonra *azalan verimler kanununu* içeren *kısa dönem üretim fonksiyonu* ve *ölçeğin verimini (ölçeğe göre getiriyi)* içeren *uzun dönem üretim fonksiyonu* üzerinde durulacaktır.

10.1 ÜRETİM YÖNTEMİ ve ÜRETİM FONKSİYONU

Firmalar girdileri (üretim faktörlerini-kaynakları) kullanarak çıktı (ürün) üretirler. Firmaların bir birim çıktıyı, farklı girdi bileşimlerinde üretmeleri genelde mümkündür. Örneğin X malı üreten bir firma, 1 birim X malını (6 birim emek 1 birim sermaye) veya (5 birim emek 2 birim sermaye) kullanarak üretebilir. Bu bağlamda bir birim çıktı üretilmesini mümkün kılan her alternatif girdi bileşimine, **üretim yöntemi** veya **üretim tekniği (production process, production technique)** denir.

Eğer y_1 üretim yöntemi y_2 üretim yöntemine kıyasla iki girdiden de daha fazla kullanıyorsa (bir girdiden daha az kullanmadan diğer girdiden daha fazla kullanıyorsa), y_1 üretim yönteminin *teknolojik olarak etkin olmadığı* söylenir. Örneğin bir birim X malını $y_1 = (6 \text{ birim emek, } 1 \text{ birim sermaye})$ ve $y_2 = (7 \text{ birim emek, } 2 \text{ birim sermaye})$ gibi iki farklı üretim yöntemi ile elde etmek mümkün ise, y_2 teknolojik olarak etkin olmayan bir üretim yöntemidir.

Buna karşılık eğer y_1 üretim yöntemi y_2 üretim yöntemine kıyasla bazı girdilerden daha az diğerlerinden daha fazla kullanıyorsa, y_1 ve y_2 üretim yöntemlerinin her ikisinin de *teknolojik olarak etkin olduğu* kabul edilir. Örneğin bir birim X malını $y_1 = (6 \text{ birim emek, } 1 \text{ birim sermaye})$ ve $y_2 = (5 \text{ birim emek, } 3 \text{ birim sermaye})$ gibi iki farklı üretim yöntemi ile elde etmek mümkün ise, hem y_1 hem y_2 teknolojik olarak etkin üretim yöntemleridir.

Son bir alternatif durum olarak eğer y_1 üretim yöntemi y_2 üretim yöntemine kıyasla bir girdiden daha az kullanırken tüm diğer girdilerden daha fazla kullanmıyorsa, y_1 üretim yönteminin y_2 üretim yöntemine kıyasla *teknolojik olarak etkin olduğu* söylenir. Örneğin bir birim X malını $y_1 = (6 \text{ birim emek, } 1 \text{ birim sermaye})$ ve $y_2 = (7 \text{ birim emek, } 1 \text{ birim sermaye})$ gibi iki farklı üretim yöntemi ile elde etmek mümkün ise, y_2 kadar sermaye fakat y_2 'den daha az emek kullanan y_1 üretim yöntemi y_2 üretim yöntemine kıyasla teknolojik olarak etkin bir üretim yöntemidir.

Özetlemek gerekirse, üretim yöntemleri, *teknolojik olarak etkin olan ve teknolojik olarak etkin olmayan* üretim yöntemlerinden oluşur.

Kâr maksimizasyonunu amaçlayan bir firmanın, üretim yöntemleri arasından etkin olmayan bir üretim yöntemini seçmesi asla söz konusu olamaz. Zira bir firmanın kârını maksimize etmesi için, her şeyden önce maliyetini minimize etmesi gerekir. Bir firmanın maliyetini minimize etmesi için ise, her şeyden önce bir birim çıktıyı tüm girdileri daha fazla miktarlarda kullanarak (etkin olmayan bir üretim yöntemini seçerek) üretmemesi gerekir.

Kâr maksimizasyonunu amaçlayan firmalar üretim yöntemleri arasından daima teknolojik olarak etkin olan bir üretim yöntemini seçerek üretim yaptıklarından, firmaların karşı karşıya oldukları üretim yöntemleri ve bunlar arasından yapacakları seçim analiz edilirken, teknolojik olarak etkin olmayan üretim yöntemlerini bir tarafa bırakılır ve analiz teknolojik olarak etkin olan üretim yöntemleri üzerinde yoğunlaştırılır. Bu bağlamda teknolojik olarak etkin olan üretim yöntemlerinin tümüne, **üretim fonksiyonu (production function)** denir.

Üretim fonksiyonu, tanım gereği, *teknoloji veri iken belirli miktarlardaki girdilerle elde edilebilecek maksimum çıktı miktarını* gösterir. Bir firmanın yararlanabileceği teknolojik bilgileri yansıtan üretim fonksiyonu denklem, şedül ve grafik biçiminde gösterilebilir:

$$Q_x = f(K, L, N, E, \dots) \quad (10.1)$$

(10.1) no.lu üretim fonksiyonu genel denkleminin sağ tarafındaki K, L, N ve E terimleri sırasıyla, kullanılan sermaye, emek, toprak ve enerji miktarını gösterir. Denklemin sol tarafındaki Q_x terimi ise, bu girdiler kullanarak elde edilen maksimum X malı miktarını gösterir: Üretim fonksiyonu girdilerle çıktı arasındaki *parasal* ilişkileri değil, girdilerle çıktı arasındaki *fiziksel* ilişkileri yansıtan bir kavramdır.

Firmalar emek ve enerji gibi bazı girdilerin miktarını istedikleri anda hemen değiştirebilirler. Buna karşılık firmaların sermayeyi oluşturan bina ve makine gibi girdilerin miktarını istedikleri anda hemen değiştirmeleri mümkün değildir. Zira yeni bir binanın inşası, yeni makinelerin sipariş edilip satın alınması, zaman gerektirir. Bu bağlamda girdilerden en az birinin miktarının değiştirilmesinin mümkün olmadığı zaman dilimine **kısa dönem (short run)**, girdilerin tümünün miktarının değiştirilebildiği zaman dilimine ise **uzun dönem (long run)** denir. Bu ayırım çerçevesinde üretim fonksiyonu kavramı, **kısa dönem üretim fonksiyonu** ve **uzun dönem üretim fonksiyonu** alt başlıkları altında incelenir.

10.2 KISA DÖNEM ÜRETİM FONKSİYONU: AZALAN MARJİNAL VERİMLER KANUNU

Kısa dönem üretim fonksiyonu, girdilerden en az birinin miktarı sabit iken belirli miktarlardaki girdilerle elde edilebilecek maksimum çıktı miktarını gösterir. Aşağıdaki açıklamalarda anlatımı kolaylaştırmak için, firmanın sermaye ve emek gibi iki girdi ile üretim yaptığı ve emek miktarının tersine, sermaye miktarının analiz döneminde değişmediği-sermayenin ve emeğin sırasıyla **sabit girdi (fixed input)** ve **değişken girdi (variable input)** olduğu varsayılacaktır.

$$Q_x = f(K_1, L), Q_x = f(L) \quad (10.2)$$

10.2.1 TOPLAM ÜRÜN

Kısa dönem üretim fonksiyonu, firmanın kullandığı veri sermaye miktarının beş birim olduğunun kabul edildiği ($K = 5$ birim) Tablo 10.1’de şedül olarak gösterilmiştir. Tablo 10.1’deki kısa dönem üretim şedülünün ikinci ve üçüncü sütunlarında sırasıyla kullanılan emek miktarı-işçi sayısı (L) ve elde edilen çıktı miktarı-**toplam ürün (total product, Q)** yer almaktadır. Tablonun incelenmesinden anlaşılabileceği gibi, sermaye miktarı sabit iken kullanılan emek miktarı arttıkça toplam ürün de/çıktı miktarı da on işçiye kadar artmaktadır. Onuncu işçiden sonra ise, kullanılan emek miktarı arttıkça, toplam ürün azalmaktadır. Kısacası toplam ürün, firma on işçi çalıştırdığında maksimum olmaktadır.

270 KISIM IV: Üretim Teknolojisi ve Maliyetler

ayırımını açıklayınız.

3. Emeğin toplam ürünü, marjinal ürünü ve ortalama ürünü kavramlarını açıklayınız.
4. Emeğin marjinal ve ortalama ürünleri arasındaki ilişkiyi açıklayınız.
5. Azalan verimler kanunu tanımlayınız ve toplam ve marjinal ürün eğrileri itibariyle gösteriniz.
6. Azalan verimler kanununun geçersiz olduğu bir dünyada yaşamak iktisadi açıdan sizce daha avantajlı mı olurdu? Değerlendiriniz.
7. Ölçeğin alternatif verimlerini açıklayınız.

BÖLÜM 11

ÜRETİM MALİYETLERİ

11.1	MUHASEBE MALİYETİ-İKTİSADİ MALİYET AYIRIMI	273
11.2	KISA DÖNEM MALİYETLER	275
11.2.1	TOPLAM MALİYETLER	276
11.2.2	ORTALAMA MALİYETLER	276
11.2.3	KISA DÖNEM MARJİNAL MALİYET	280
11.3	UZUN DÖNEM MALİYETLER	282
11.3.1	UZUN DÖNEMDE EN DÜŞÜK MALİYETLE ÜRETİM	282
11.3.2	UZUN DÖNEM MALİYET KAVRAMLARI	285
11.3.3	UZUN DÖNEM ORTALAMA MALİYET EĞRİSİ	286
11.3.4	UZUN DÖNEM ve KISA DÖNEM ORTALAMA MALİYET EĞRİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: ZARF EĞRİSİ	288
11.3.5	UZUN DÖNEM MARJİNAL MALİYET EĞRİSİ	292
11.3.6	UZUN DÖNEM ve KISA DÖNEM MARJİNAL MALİYET EĞRİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ	293
	ÖZET	295
	TEMEL KAVRAMLAR	296
	ÇALIŞMA SORULARI	297

BÖLÜM 11

ÜRETİM MALİYETLERİ

Bu bölümde kısa dönem ve uzun dönem üretim faaliyetlerinin firmaya yüklediği maliyetler ele alınacaktır. Bu bağlamda önce *muhasabe maliyeti-iktisadi maliyet (fırsat maliyeti)* ayırımı üzerinde durulacak ve *kısa dönem üretim maliyetleri* incelenecektir. Daha sonra firmanın uzun dönemde *minimum maliyetle çıktı üretmesinin koşulları* belirlenecek ve *uzun dönem üretim maliyetleri ele alınacaktır*. Bu bölümde son olarak, *kısa dönem ve uzun dönem maliyet eğrileri arasındaki ilişki* üzerinde durulacaktır.

11.1 MUHASEBE MALİYETİ - İKTİSADİ MALİYET AYIRIMI

İktisadi analizde üretim maliyeti *fırsat maliyeti* (bir şeyi elde etmek için vazgeçilen en iyi alternatif) anlamında tanımlanır. Bu bağlamda X malı üretiminde kullanılan bir A girdisinin fırsat maliyeti, A girdisinin en iyi alternatif üretim alanında elde edeceği gelire eşittir. Dolayısıyla da X malının üretiminde kullanılan bir A girdisinin X malını üreten bir firmaya yüklediği maliyet, A girdisinin en iyi alternatif üretim alanında elde edeceği gelir olarak tanımlanabilir. Daha genel bir ifadeyle, X malı üreten bir firmanın üretim maliyeti, X malının üretiminde kullanılan tüm girdilerin en iyi alternatif üretim alanlarında elde edecekleri gelirlerin toplamına eşittir. İktisatçılar fırsat maliyeti anlamında tanımlanan üretim maliyetini, **iktisadi maliyet (economic cost)** diye nitelendirirler.

İktisadi maliyet, **açık maliyet** ile **örtük maliyet** toplamına eşittir. Bu bağlamda (üretimi gerçekleştiren) firma tarafından o firmanın sahibi olmayanlara üretime katkıları karşılığında *filen yapılan* ödemelere, **açık maliyet (explicit cost)** denir. Firmanın çalıştırdığı işçilere, hammadde ve ara mallar satın aldığı diğer firmalara yaptığı ödemeler açık maliyete örnek olarak gösterilebilir. Açık maliyet firmanın diğer firmalardan ve kişilerden satın aldığı ve kiraladığı girdilerin en iyi alternatif üretim alanlarında elde edecekleri gelirlerin toplamını temsil eder. Muhasebe sisteminde üretim maliyetleri açık maliyet anlamında tanımlandığından, açık maliyet **muhasabe maliyeti (accounting costs)** diye de nitelendirilir.

İktisadi maliyeti oluşturan ikinci büyüklük olan **örtük maliyet (implicit cost)**, firma tarafından *firmanın sahibi olanlara* üretime katkıları karşılığında *yapılması gereken* ödemeler diye tanımlanır. Örtük maliyet kavramının arkasında firmanın üretim sürecinde kendi sahip olduğu girdileri de kullanması yatar. Örneğin firma üretim sürecinde kendi sahip olduğu sermayeyi (kendi sahip olduğu bina-makine ve teçhizatı) kullanıyorsa, örtük maliyet o sermayenin kiraya verilmesi halinde elde edilecek gelir kadar bir maliyeti, kısaca **sermayenin kiralama maliyetini (rental cost of capital)** kapsar. Keza firma sahibi kendi işinde örneğin işçi olarak çalışıyorsa, örtük maliyet firma sahibinin bu hizmet karşılığında en iyi alternatif üretim alanında elde edeceği ücreti de kapsar. Kısaca örtük maliyet, firmanın sahip olduğu girdilerin en iyi alternatif üretim alanlarında elde edecekleri gelirlerin toplamını temsil eder.

İktisadi anlamda maliyet kavramının muhasebe anlamında maliyet kavramından farklı olmasının çok önemli bir sonucu, iktisadi anlamda kâr kavramının da muhasebe anlamında kâr kavramından farklı olmasıdır. Muhasebe anlamında kârın satış hasılatı ile açık maliyet arasındaki farka eşit olmasına karşılık, iktisadi anlamda kâr, satış hasılatı ile üretimde kullanılan tüm girdilerin fırsat maliyetleri arasındaki farka-satış hasılatı ile iktisadi maliyet arasındaki farka eşittir. Bu ise iktisadi kârın muhasebe kârı ile örtük maliyet (firmanın sahip olduğu girdilerin fırsat maliyetleri-firmanın sahip olduğu girdilerin en iyi alternatif üretim alanlarında elde edecekleri gelir) arasındaki farka eşit olması demektir:

$$\text{Muhasebe Kâr} = \text{Satış Hasılatı} - \text{Açık Maliyet}$$

$$\text{İktisadi Kâr} = \text{Satış Hasılatı} - \text{Tüm girdilerin Fırsat Maliyetleri}$$

$$\text{İktisadi Kâr} = \text{Satış Hasılatı} - \text{İktisadi Maliyet}$$

$$\text{İktisadi Kâr} = \text{Satış Hasılatı} - (\text{Açık Maliyet} + \text{Örtük Maliyet})$$

$$\text{İktisadi Kâr} = \text{Muhasebe Kâr} - \text{Örtük Maliyet}$$

İktisadi kâr pozitif olunca (muhasebe kârı > örtük maliyet), firma kendi sahip olduğu girdilerin en iyi alternatif üretim alanlarında elde edecekleri gelirlerin toplamından daha fazla bir net gelir elde eder. Bu durum kısaca **aşırı kâr** durumu diye nitelendirilir: *Aşırı Kâr = Pozitif İktisadi Kâr*.

Buna karşılık iktisadi kâr sıfır olunca (muhasabe kârı = örtük maliyet), firma kendi sahip olduğu girdilerin en iyi alternatif üretim alanlarında elde edecekleri gelirlerin toplamı kadar bir net gelir elde eder. Bu duruma kısaca **normal kâr** durumu denir: *Normal Kâr = Sıfır İktisadi Kâr*.

Son olarak iktisadi kâr negatif olunca (muhasabe kârı < örtük maliyet), firma kendi sahip olduğu girdilerin en iyi alternatif üretim alanlarında elde edecekleri gelirler toplamından daha az bir net gelir elde eder. Bu durum, **zarar** durumu diye nitelendirilir: *Zarar = Negatif İktisadi Kâr*.

İktisadi kâr kavramına ilişkin yukarıdaki açıklamalardan anlaşılmış olacağı gibi, bir firmanın aşırı kâr veya normal kâr durumu ile karşı karşıya olması, muhasabe kârının pozitif olduğunu ve iktisadi kârın muhasabe kârından küçük olduğunu içerir. Bu husus Şekil 11.1'de firmanın aşırı kâr durumunda olduğu kabul edilerek gösterilmiştir.

Şekil 11.1 İktisadi Kâr ve Muhasebe Kârı: İktisatçının ve Muhasebecinin Kâr Kavramına Bakışları

İktisatçının Bakışı	Muhasebecinin Bakışı
İktisadi Kâr Örtük Maliyetler Açık Maliyetler	Muhasebe Kârı Açık Maliyetler
Toplam Fırsat Maliyeti	Satış Hasılatı

11.2 KISA DÖNEM MALİYETLER

Girdilerden-üretim faktörlerinden en az birinin miktarının sabit olduğu kısa dönemde- $Q_x = f(K_1, L)$, firma dört tür maliyete maruz kalır: *Toplam sabit maliyet*, *toplam değişken maliyet*, *kısa dönem toplam maliyet* ve *kısa dönem marjinal maliyet*. İlk üç maliyeti ortalama olarak ifade etmek mümkün olduğundan, firmanın kısa dönemde *ortalama sabit maliyet*, *ortalama değişken maliyet*, *ortalama toplam maliyet* ve *kısa dönem marjinal maliyet* gibi dört tür üretim maliyetinin olduğu da söylenebilir.

KISIM V

MAL PİYASASINDA ÜRETİM

ve

FİYATLANDIRMA

Üretim fonksiyonunun içerdği maliyet eğrileri (Kısım 3) ile karşı karşıya olan bir firma, *ne kadar mal üreteceğine* ve *ürettiği malı hangi fiyattan satacağına* karar vermek durumundadır. Bir firmanın bu iki konuda vereceği kararlar, *firmanın amacına* ve *piyasanın yapısına* bağlı olarak değişir. Bu kısımda *kâr maksimizasyonunu* amaçlayan firmaların üretim ve fiyatlandırma konularındaki kararlarının piyasanın yapısına bağlı olarak nasıl değiştiği açıklanacak ve değerlendirilecektir. Bunun için de önce *tam rekabet (perfect competition)* piyasasındaki üretim ve fiyatlandırma kararları incelenecektir: Bölüm 12. Daha sonra *monopol*, *monopolcü rekabet* ve *oligopol* alt piyasalarından oluşan **eksik rekabet (imperfect competition)** piyasasındaki üretim ve fiyatlandırma kararları ele alınacak ve değerlendirilecektir: Bölüm 13 ve 14.

BÖLÜM 12

TAM REKABETTE ÜRETİM VE FİYATLANDIRMA

12.1	TAM REKABETİN TANIMI	303
12.2	TAM REKABETTE TALEP VE HASILAT	305
12.3	KISA DÖNEM FİRMA DENGİ KOŞULU	307
12.4	ALTERNATİF KISA DÖNEM DENGİ DURUMLARI	310
12.5	KISA DÖNEM FİRMA ARZ EĞRİSİ	315
12.6	KISA DÖNEM ENDÜSTRİ (PİYASA) ARZ EĞRİSİ	317
12.7	ARZ ESNEKLİĞİ	318
12.8	KISA DÖNEM ENDÜSTRİ ve FİRMA DENGESİ	323
12.9	UZUN DÖNEM FİRMA DENGESİ	325
12.10	UZUN DÖNEM FİRMA DENGESİ ve ETKİNLİK	330
	ÖZET	331
	TEMEL KAVRAMLAR	333
	ÇALIŞMA SORULARI	333

BÖLÜM 12

TAM REKABETTE ÜRETİM ve FİYATLANDIRMA

Bu bölümde tam rekabet piyasasındaki üretim ve fiyatlandırma kararları ele alınacaktır. Bu amaçla önce *tam rekabetin anlamı ve tam rekabet piyasasında faaliyette bulunan bir firmanın talep-hasılat yapısı* üzerinde durulacaktır. Daha sonra, rekabetçi bir firmanın *talep-hasılat yapısına* ilişkin açıklamalar, *kısa dönem üretim maliyetleri* konusunda Bölüm 11’de yapılan açıklamalarla birlikte değerlendirilmek suretiyle, kâr maksimizasyonunu amaçlayan *rekabetçi bir firmanın kısa dönem üretim ve fiyatlandırma kararları* incelenecektir. Bunu rekabetçi firmanın kısa dönem arz eğrisine ve arz esnekliğine ilişkin açıklamalar izleyecektir. Bu bölümde son olarak rekabetçi bir firmanın uzun dönem üretim ve fiyatlandırma kararları ele alınacaktır.

12.1 TAM REKABETİN TANIMI

Tam rekabet dört koşul-varsayım üzerinden tanımlanır. Bunlardan birincisi piyasada **çok sayıda satıcının ve çok sayıda alıcının (many sellers and many buyers)** olmasıdır. Mal piyasası açısından piyasada çok sayıda firmanın ve tüketicinin olmasını içeren bu koşula göre, tam rekabetçi mal piyasasındaki bir firma tarafından arz edilen mal miktarı, tüm firmalar tarafından arz edilen mal miktarının çok küçük bir kısmını oluşturur ve dolayısıyla da bir firmanın arz ettiği mal miktarındaki değişme, tüm firmalar tarafından arz edilen toplam mal miktarında çok küçük bir değişmeye yol açar; bir firmanın arz ettiği mal miktarındaki değişme sonucu piyasaya arz edilen mal miktarında, *teorik düzeyde* bir değişme olmaz.

Benzer biçimde, bir tüketici tarafından talep edilen mal miktarı tüm tüketiciler tarafından talep edilen toplam mal miktarının çok küçük bir kısmına tekabül eder ve bu yüzden de bir tüketicinin talep ettiği mal miktarındaki değişme, tüm tüketiciler tarafından talep edilen toplam mal miktarında çok küçük bir değişmeye sebep olur; bir tüketicinin talep ettiği mal miktarındaki değişme sonucu, piyasada talep edilen mal miktarında *teorik düzeyde* bir değişme olmaz.

Bölüm 4'te açıklandığı üzere, tam rekabet piyasasında bir malın fiyatı, tüm firmalar tarafından arz edilen mal miktarı ile tüm tüketiciler tarafından talep edilen mal miktarı tarafından, kısaca piyasa arz ve talebi tarafından belirlenir. Bu açıdan bakıldığında, tam rekabet piyasasının çok sayıda satıcı ve çok sayıda alıcı koşulu, bir firmanın arz ettiği mal miktarını-bir tüketicinin talep ettiği mal miktarını değiştirerek piyasa arzını-talebini ve dolayısıyla da piyasa fiyatını etkilemesinin mümkün olmadığını, kısaca karar birimlerinin *fiyat belirleyici* değil **fiyat kabul edici (price taker)** konumunda olduklarını ifade eder. Bu nedenle de tam rekabet piyasasını tanımlayan çok sayıda satıcının ve çok sayıda alıcının olması yolundaki koşul, piyasadaki *her firmanın ve her tüketicinin fiyat kabul edici konumda olması* biçiminde de ifade edilebilir.

Tam rekabeti tanımlayan ikinci koşul veya varsayım, piyasada alışveriş-işleme konu olan nesnenin **homojen** olmasıdır. Mal piyasası açısından piyasadaki çok sayıda firma tarafından üretilen **malların homojen-birbirinin aynı** olması (**homogeneous products**) veya teknik tabirle **tam ikame** olması anlamına gelen bu koşula göre, tam rekabetçi mal piyasasında tüketiciler, bir firmanın ürettiği malı diğerinin ürettiği mala tercih etmezler; tüketiciler firmalar arasında tamamen kayıtsızdırlar.

Diğer taraftan homojen bir mal üreten firmaların tümüne **endüstri (industry)** denir. Bu açıdan bakıldığında, tam rekabetin kısaca **homojenlik** diye nitelendirilen söz konusu ikinci koşulu, tam rekabette endüstri kavramından söz edilmesine ve dolayısıyla da üretim ve fiyatlandırma kararlarının hem *firma* hem *endüstri* düzeyinde analiz edilmesine yol açar.

Tam rekabeti tanımlayan üçüncü koşul, piyasaya/endüstriye **giriş ve çıkışın serbest (free entry and exit)** olmasıdır. Mal piyasası açısından arzu eden yeni firmaların endüstriye girmelerinin veya arzu eden mevcut firmaların endüstriden çıkmalarının serbest olması (firmaların endüstriye girmelerinin veya endüstriden çıkmalarının (lisans, patent hakkı ve ölçek ekonomileri gibi hukuki ve teknolojik giriş-çıkış engellerine tabi

olmaması) anlamına gelen bu koşul, ileride açıklanacağı gibi, tam rekabetçi mal piyasasındaki firmaların uzun dönemde normal kâr elde etmelerine neden olur.

Tam rekabeti tanımlayan dördüncü koşul, karar birimlerinin **tam bilgiye (perfect information)** sahip olmalarıdır. Tam rekabetçi mal piyasasında kâr maksimizasyonunu amaçlayan firmaların ve fayda maksimizasyonunu amaçlayan tüketicilerin bu amaçlara ulaşmak için gerekli bilgilere tam olarak sahip oldukları anlamına gelen bu koşul, firmaların üretimin teknolojik koşulları (üretim fonksiyonu) ile girdi fiyatları ve malın piyasa fiyatına ilişkin bilgilere; tüketicilerin ise malın kalitesine ve piyasa fiyatına ilişkin bilgilere bedava olarak anında sahip oldukları anlamına gelir.

Özetlemek gerekirse, çok sayıda firma tarafından üretilen homojen bir malın çok sayıda tüketici tarafından satın alındığı, firmaların endüstriye giriş-çıkışlarının serbest olduğu ve tarafların tam bilgiye sahip olduğu piyasa organizasyonuna, **tam rekabet (perfect competition)** denir.

Tam rekabet piyasasını gerçek hayatta gözlemlemek pek mümkün değildir. Zira gerçek hayatta her şeyden önce firmalar tarafından belirli bir ihtiyaç karşılamak için üretilen mallar (peynir, otomobil) genellikle homojen-birbirinin aynı değildir. Bu açıdan bakıldığında gerçek hayatta tam rekabet piyasasının sadece buğday ve mısır gibi tarımsal malların üretiminde ve hisse senedi piyasasında söz konusu olduğu söylenebilir.

Tam rekabet piyasasının varsayımları gerçekçi olmamakla beraber, tam rekabet modelinin iktisadi analizde özel bir yeri-önemi vardır. Bunun nedeni, tam rekabet modelinin bir ekonominin etkin bir biçimde işleyişini yansıtması ve dolayısıyla da gerçek hayatta gözlenen monopol-monopolcü rekabet ve oligopol piyasalarının etkinliklerinin değerlendirilmesinde bir *mihenk taşı (benchmark)* olarak kullanılmasıdır.

12.2 TAM REKABETTE TALEP VE HASILAT

Tam rekabetçi mal piyasasında firmaların ürettikleri malların birbirinin aynı olması ve her firmanın fiyat kabul edici konumda olması yolundaki ilk iki koşul gereğince, tam rekabetçi bir firma, piyasa fiyatından arzu ettiği kadar mal satabilir. Tam rekabetçi firmanın sonsuz esnek (yatay) bir talep eğrisi ile karşı karşıya olması (piyasa fiyatının rekabetçi firmanın üretim düzeyinden bağımsız olması) anlamına gelen bu husus, Şekil 12.1'de gösterilmiştir. Şekil 12.1'de tam rekabetçi firma, piyasa

BÖLÜM 13

MONOPOLDE ÜRETİM VE FİYATLANDIRMA

13.1	MONOPOLÜN TANIMI	337
13.2	MONOPOLÜN KAYNAKLARI: GİRİŞ ENGELLERİ	338
13.3	MONOPOLDE TALEP ve ORTALAMA HASILAT	340
13.4	TOPLAM HASILAT	341
13.5	MARJİNAL HASILAT	342
13.6	MONOPOLDE KISA DÖNEM DENGE	344
13.7	MONOPOLCÜNÜN KAPATMA KOŞULU	346
13.8	TALEP ESNEKLİĞİ ve MONOPOLCÜ DENGESİ	349
13.9	MONOPOLDE ARZ EĞRİSİNİN OLMAMASI	350
13.10	UZUN DÖNEMDE DENGE	351
13.11	MONOPOLÜN SOSYAL MALİYETİ	351
13.12	MONOPOLÜN DÜZENLENMESİ	354
	13.12.1 MARJİNAL MALİYET FİYATLANDIRMASI	354
	13.12.2 ORTALAMA MALİYET FİYATLANDIRMASI	355
	13.12.3 SÜBVANSİYON POLİTİKASI	357
13.13	MONOPOL REFAHI ARTIRABİLİR Mİ?	357
13.14	FİYAT FARKLILAŞTIRMASI	359
	ÖZET	363
	TEMEL KAVRAMLAR	364
	ÇALIŞMA SORULARI	364

BÖLÜM 13

MONOPOLDE ÜRETİM ve FİYATLANDIRMA

Bu bölümde monopol piyasasındaki üretim ve fiyatlandırma kararları incelenecektir. Bu amaçla önce monopolün anlamı ve monopol piyasasında faaliyette bulunan firmanın talep-hasılat yapısı üzerinde durulacaktır. Daha sonra monopolün kısa dönem ve uzun dönem dengesi açıklanacak ve değerlendirilecektir. Bu bölümde son olarak monopolün düzenlenmesi ve fiyat farklılaştırması konuları ele alınacaktır.

13.1 MONOPOLÜN TANIMI

Tek bir firmanın yakın ikamesi bulunmayan bir mal ürettiği-sattığı piyasa türüne, **saf monopol (pure monopoly)** veya kısaca **monopol (monopoly)** denir. Bu tanımdan anlaşılmış olacağı gibi, monopol piyasasını tanımlayan iki özellik vardır; *tek bir firmanın varlığı* ve *yakın ikamesi bulunmayan bir malın üretilmesi*. Monopolü tanımlayan söz konusu özelliklerden birincisi (tek bir firmanın varlığı), diğer firmaların piyasaya girmelerinin mümkün olmadığı hususunu içerir. Bu yüzden de monopol bazen, *tek bir firmanın yakın ikamesi olmayan bir mal ürettiği ve diğer firmaların piyasaya girişlerinin mümkün olmadığı bir piyasa organizasyonu* biçiminde tanımlanır.

Tam rekabet piyasası gibi monopol piyasası da gerçek hayatta pek rastlanmayan bir piyasa türüdür. Zira monopolün varlığı, tek bir firma tarafından yakın ikamesi bulunmayan bir malın üretilmesine (tek bir firma tarafından üretilen malın başka bir malla ikame edilmesinin mümkün olmamasına) bağlıdır. Oysa gerçek hayatta tek bir firma tarafından üretilen malların pek çoğu başka mallarla ikame edilebilirler. Örneğin Koç şirketi tarafından üretilen Tofaş Kartal marka otomobili, Oyak tarafından üretilen Renault 12 veya Renault 9 marka otomobil ile ikame etmek mümkündür.

Monopol piyasasında tanım gereği fiyat rekabeti yoktur; nasıl tam rekabet teorisi firmalar arasında fiyat rekabetinin tam/mükemmel olduğu bir ideal durumu yansıtıyorsa, monopol teorisi de fiyat rekabetinin hiç olmadığı bir başka uç durumu yansıtır.

13.2 MONOPOLÜN KAYNAKLARI: GİRİŞ ENGELLERİ

Diğer firmaların piyasaya girişlerini engellemek suretiyle monopolün varlığına yol açan unsurlara, **giriş engelleri (barriers to entry)** denir. Giriş engellerinden birincisi, bir malın üretiminde kullanılan yakın ikamesi olmayan hammaddelerin tek bir firmanın kontrolünde olmasıdır. Böyle bir durumda firma, hammaddeleri satmamak suretiyle, ilgili malın kendisi dışındaki firmalar tarafından üretilmesini imkansız kılabilir.

Yakın ikamesi olmayan hammaddelerin kontrolü diye nitelendirilen söz konusu giriş engelinin klasik örneği, Amerika'daki boksit rezervlerinin tümüne sahip olan Amerikan Alüminyum Şirketi'nin (Alcoa), alüminyum üretiminin temel hammaddesi olan boksiti İkinci Dünya Savaşı öncesi dönemde diğer firmalara satmayı reddederek, onların piyasaya girmelerini engellemesi ve böylece Amerikan alüminyum piyasasında İkinci Dünya Savaşı öncesi dönemde monopol konumunda olmasıdır.

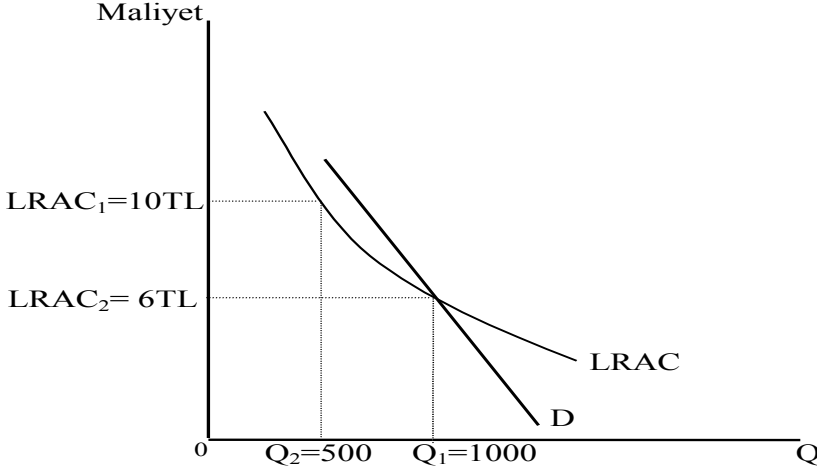
Giriş engellerinden ikincisi, bir malın piyasa talebinin bir büyük üretici tarafından çok sayıda küçük üreticiye kıyasla daha ucuza karşılanmasıdır.

Ölçek ekonomiler (economies of scale) diye nitelendirilen bu giriş engeli, LRAC uzun dönem ortalama maliyet eğrisi ile D piyasa talep eğrisinin kesiştiği noktada LRAC eğrisinin hala azalmakta olduğunu içerir. Bu husus Şekil 12.1'de gösterilmiştir.

LRAC uzun dönem maliyet eğrisinin ölçek ekonomileri nedeniyle negatif eğimli olduğu ve D piyasa talep eğrisinin LRAC eğrisini azalırken kestiği Şekil 12.1'de, $Q_1 = 1000$ birim mal örneğin iki firma tarafından eşit biçimde üretilirse, her firmanın ürettiği $Q_2 = 500$ birim malın uzun dönem ortalama maliyeti 10 TL olur. Buna karşılık aynı miktarda mal tek firma tarafından üretilirse, uzun dönem ortalama maliyet $LRAC_1 = 10$ TL'den $LRAC_2 = 6$ TL'ye ve böylece uzun dönem toplam maliyet de 10.000 TL'den 6.000 TL'ye düşer. Böyle bir durumda piyasadaki firmalardan biri, uzun dönemde piyasa talebini tek başına karşılayarak monopolcü konuma gelir. Ölçek ekonomilerinden kaynaklanan monopole, **doğal monopol (natural monopoly)** denir.

Ölçek ekonomileri giriş engelini daha iyi kavramanın yolu, A firması monopolcü konumda iken B firmasının piyasaya girmeye çalışmasının sonuçlarını incelemektir. Bu bağlamda eğer B firması monopolcü konumdaki A firmasından daha az üretim yaparsa ($Q_2 = 500$ birim), ürettiği malı A firmasının uyguladığı fiyattan (6 TL) daha yüksek fiyata (10 TL) satmaya çalışır ve bu da mümkün olmadığından, B firması piyasadan çekilmek zorunda kalır. Ayrıca B firması monopolcü konumdaki A

Şekil 13.1 Ölçek Ekonomileri: Doğal Monopol



firması kadar üretim yaparsa, fiyat uzun dönem ortalama maliyetin altına düşer ve buna bağlı olarak iki firmadan biri piyasadan çekilmek zorunda kalır: Ölçek ekonomileri durumunda piyasaya yeni bir firmanın girmesi piyasada tek bir firmadan fazla firmanın olması mümkün değildir.

Giriş engellerinden üçüncüsü, yeni buluşların kullanım hakkının belli bir süre için sadece o buluşu gerçekleştiren firmaya verilmesidir. Kısaca **patentler (patents)** diye nitelendirilen ve buluş sahibinin buluş için yaptığı harcamalar karşılığında yeterli bir ekonomik çıkar sağlamasını ve böylece yeni buluşların teşvik edilmesini amaçlayan bu tür giriş engeli, her şeyden önce sürekli bir giriş engeli değildir. Ayrıca patentlerin taklidinin hukuki takibi güç ve pahalı bir işlem olduğundan, patentler çoğu zaman geçerli oldukları sürede dahi gerçek bir giriş engeli oluşturmazlar.

Giriş engellerinden sonuncusu, bir malın üretim izninin, hükümet tarafından tek bir firmaya verilmesidir, **hükümet lisansları ve imtiyazları (government licences and franchises)**. Bu giriş engelinin tipik örnekleri telefon, elektrik ve su gibi üretim alanlarındaki monopollerdir.

Hükümet lisansları-imtiyazları ve patentler **hukuki giriş engelleri**, yakın ikamesi olmayan hammaddelerin kontrolü ve ölçek ekonomileri ise **teknolojik giriş engelleri** diye nitelendirilir.

7) Monopolcü bazen daha fazla kâr elde etmek amacıyla ürettiği malı farklı fiyatlardan satar ve bu uygulamaya fiyat farklılaştırması denir. Birinci derece (mükemmel) fiyat farklılaştırmasında monopolcü, her bir tüketici ile görüşmek suretiyle, her birim malı o birime maksimum fiyat ödeyen tüketiciye satar. Buna karşılık ikinci derece fiyat farklılaştırmasında, monopolcü satın alınan mal miktarı değiştikçe farklı fiyat uygular. Monopolcünün her alt piyasadaki tüketici grubuna farklı fiyat uygular. Monopolcünün üçüncü derece fiyat farklılaştırmasına gidebilmesi için piyasanın bölümlü piyasalardan oluşması-arbitraj imkanının olmaması ve her alt piyasadaki talebin fiyat esnekliğinin farklı olması gerekir. Üçüncü derece fiyat farklılaştırmasında monopolcü malı talebin daha esnek olduğu piyasada malı daha düşük fiyattan satar.

TEMEL KAVRAMLAR

Monopol	Hukuki Giriş Engelleri	Birinci Der.Fiyat Fark.
Giriş Engelleri	Monopolün Etkinsizliği	İkinci Der.Fiyat Fark.
Doğal Monopol	Monopolün Dara Kaybı	Üçüncü Der. Fiyat Fark.
Teknolojik Giriş Engelleri	Fiyat Farklılaştırması	Arbitraj

ÇALIŞMA SORULARI

1. Giriş engellerini belirtiniz ve doğal monopolü açıklayınız.
2. Monopolde marjinal hasılat fiyata eşit midir? Açıklayınız.
3. Monopolcünün kısa dönem dengesini şekil çizerek açıklayınız.
4. Monopolde arz eğrisi var mıdır? Açıklayınız.
5. Monopolün uzun dönem dengesini şekil çizerek açıklayınız.
6. Monopolün uzun dönem denge koşulu ($MR = LRMC$) ile rekabetçi bir firmanın uzun dönem denge koşulu ($MR = LRMC = LRAC$) arasındaki farkı yorumlayınız.
7. Monopolün etkinsizliğini şekil çizerek açıklayınız.
8. Monopolün dara kaybını şekil çizerek açıklayınız.
9. Monopol refahı olumlu etkileyebilir mi? Şekil çizerek açıklayınız.
10. Birinci derece fiyat farklılaştırmasını şekil çizerek açıklayınız
11. Üçüncü derece fiyat farklılaştırmasını açıklayınız.

BÖLÜM 14

MONOPOLCÜ REKABETTE ÜRETİM VE FİYATLANDIRMA

14.1	MONOPOLCÜ REKABETİN TANIMI.....	367
14.2	MONOPOLCÜ REKABETTE TALEP VE HASILAT.....	368
14.3	KISA DÖNEM FİRMA DENGESİ.....	370
14.4	UZUN DÖNEM FİRMA DENGESİ.....	370
14.5	MONOPOLCÜ REKABETTE ETKİNLİK.....	374
14.6	TAM REKABET, MONOPOL ve MONOPOLCÜ REKABETİN KARŞILAŞTIRILMASI.....	376
	ÖZET.....	377
	TEMEL KAVRAMLAR.....	378
	ÇALIŞMA SORULARI.....	378

BÖLÜM 14

MONOPOLCÜ REKABETTE ÜRETİM ve FİYATLANDIRMA

Önceki bölümlerde incelenen tam rekabet piyasası ve monopol piyasası gerçek hayatta çok sınırlı sayıda örneği olan piyasa türleridir. Gerçek hayattaki piyasalarda ne tam rekabet piyasasındaki gibi homojen bir malın çok sayıda firma tarafından üretilmesi, ne de monopol piyasasında olduğu gibi yakın ikamesi olmayan bir malın tek bir firma tarafından üretilmesi söz konusudur. Gerçek hayattaki piyasaların çoğunda ya *farklılaştırılmış bir mal çok sayıda firma* tarafından ya da (homojen veya farklılaştırılmış) *bir mal az sayıda firma* tarafından üretilir. Bir başka deyişle, gerçek hayata hakim olan piyasa türleri, tam rekabet ile monopol aşırı uçları arasında yer alan monopolcü rekabet ve oligopol piyasalarıdır. Bu bölümde gerçek hayatta karşılığı olan bu piyasa türlerinden birincisi-*monopolcü rekabet piyasası* incelenecektir.

14.1 MONOPOLCÜ REKABETİN TANIMI

Tam rekabet gibi monopolcü rekabeti de tanımlayan dört koşul veya varsayım vardır. Bunlardan ilk üçü çok sayıda alıcının ve satıcının olması, piyasaya giriş ve çıkışın serbest olması (arzu eden yeni firmaların girmelerinin veya arzu eden mevcut firmaların piyasadan çıkmalarının lisans, patent hakkı ve ölçek ekonomileri gibi hukuki ve teknolojik giriş-çıkış engellerine tabi olmaması) ve karar birimlerinin tam bilgiye sahip olmalarıdır. Monopolcü rekabeti tanımlayan dördüncü ve son koşul, çok sayıdaki firma tarafından üretilen malların, tam rekabette olduğu gibi homojen (birbirinin aynı) mallar (*tam ikameler*) değil de, farklılaştırılmış (çok benzer) mallar (*yakın ikameler*) olmalarıdır.

Söz konusu ilk üç koşulun tam rekabeti de tanımlayan koşullar olduğu hesaba katılırsa, monopolcü rekabeti tam rekabetten ayıran koşulun **farklılaştırılmış mallar (differentiated goods)** olduğu söylenebilir.

Özetlemek gerekirse, çok sayıda firma tarafından üretilen farklılaştırılmış malların çok sayıda tüketici tarafından satın alındığı, giriş-çıkışlarının serbest olduğu ve tarafların tam bilgiye sahip olduğu piyasa yapısına, **monopolcü rekabet (monopolistic competition)** denir.

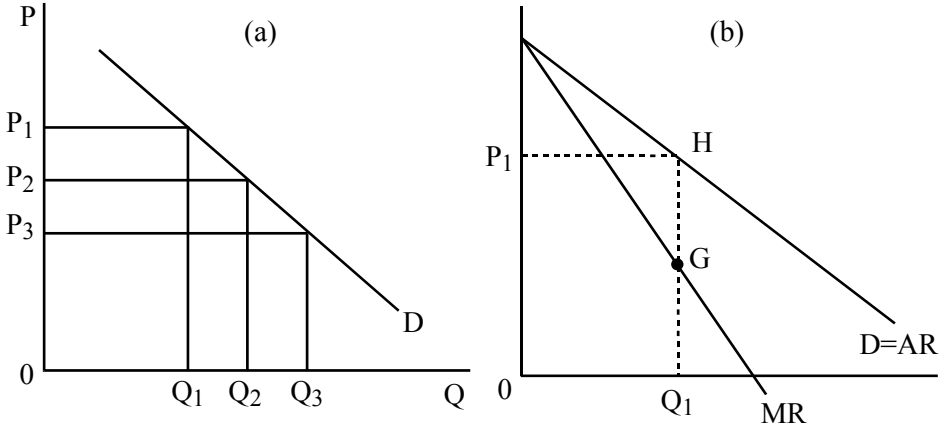
14.2 MONOPOLCÜ REKABETTE TALEP ve HASILAT

Monopolcü rekabeti tam rekabetten ayıran farklılaştırılmış mal koşulu, her firmanın ürettiği malın (örneğin Süttaş firmasının ürettiği peynirin) diğer firmaların ürettikleri mallardan (diğer firmaların ürettikleri peynirlerden) içerik (öz) ve/veya görünüş (ambalaj) itibariyle farklı olmasını ifade eder. Böyle bir farklılık ise, her tüketicinin bir firmanın ürettiği malı diğer firmaların ürettikleri mallara tercih etmesine (Ahmet Bey'in Süttaş'ın ürettiği peyniri diğer firmaların ürettikleri peynirlere tercih etmesine) ve böylece her firmanın kendine has bir alıcı grubuna sahip olmasına yol açar. Monopolcü rekabette her firmanın belirli bir alıcı grubunun satın aldığı malın tek üreticisi olması-firmanın kendi ürettiği malı tercih eden alıcılar karşısında monopol konumunda olması, *her firmanın karşılaştığı talep eğrisinin monopoldeki gibi negatif eğimli olmasına* neden olur.

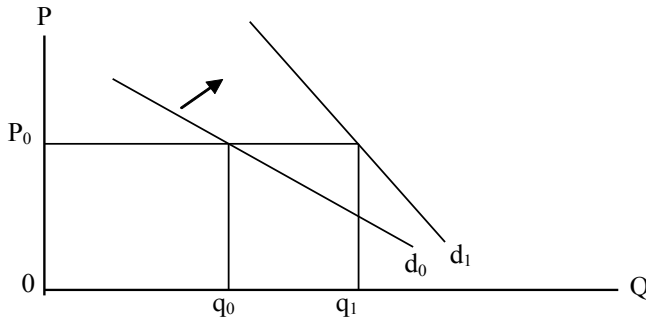
Monopolcü rekabette her firma belirli bir alıcı grubunun satın aldığı bir malın tek üreticisi olarak monopolcü bir güce sahip olmakla beraber, monopolcü rekabette her firmanın ürettiği malın çok sayıda yakın ikamesinin olması, monopole kıyasla monopolcü rekabetteki monopolcü gücün daha zayıf olmasına yol açar. Bu husus monopolcü rekabet piyasasındaki firmanın karşı karşıya olduğu negatif eğimli talep eğrisinin monopoldekinden daha esnek olmasına-talep eğrisinin monopoldekinden daha yatık olmasına neden olur. Aslında *monopolcü rekabet* terimindeki *monopolcü* (*monopolistic*) sözcüğü de bu hususu, piyasadaki çok sayıda firmadan her birinin *zayıf bir monopol gücüne* sahip olduklarını ifade eder.

Monopolde olduğu gibi monopolcü rekabette de firmanın karşı karşıya olduğu negatif eğimli talep eğrisi aynı zamanda fiyatı-ortalama hasılatı temsil eder, $AR = TR/Q = (P \times Q)/Q = P$. Ayrıca monopolcü rekabet piyasasında firmalar negatif eğimli bir talep eğrisi ile karşı karşıya olduklarından, marjinal hasılat (MR) monopolde olduğu gibi fiyattan-ortalama hasılatıdan küçüktür ($MR < P = AR$). Bu bağlamda marjinal hasılat eğrisi, her fiyat düzeyinde dikey eksen ile talep eğrisi arasında kalan mesafenin tam ortasından geçer.

Monopolcü rekabet piyasasındaki bir firmanın talep, ortalama hasılat ve marjinal hasılat büyüklüklerine ilişkin açıklamalar, Q_1 üretim düzeyinde fiyatın-ortalama hasılatın $OP_1 = Q_1H$, marjinal hasılatın ise Q_1G kadar olduğu ve dolayısıyla da marjinal hasılatın fiyattan GH kadar küçük olduğu Şekil 14.1.(b)'de gösterilmiştir. Ayrıca Şekil 14.1.(b)'de MR marjinal hasılat eğrisi, P_1H mesafesinin tam ortasından geçer.

Şekil 14.1 Monopolcü Rekabette Talep ve Hasılat Eğrileri

Monopolcü rekabet piyasasında çok sayıda firma tarafından farklılaştırılmış-yakın ikame-bir ihtiyacın karşılanmasında birbiri yerine kolayca geçebilen malların üretilmesi, firmaların piyasadaki paylarını diğer firmalar aleyhine artırmak ve ürettikleri mala yönelik talebin fiyat esnekliğini azalmak için yoğun bir biçimde reklam yapmalarına neden olur. Bu husus Şekil 14.2’de gösterilmiştir. Şekil 14.2’de reklam faaliyeti sonucu talep eğrisinin D_0 ’dan D_1 konumuna gelmesi, reklamın firmanın piyasa payını artırmasını; D_1 reklam sonrası talep eğrisinin D_0 reklam öncesi talep eğrisinden daha dik olması ise, reklamın talebin fiyat esnekliğini (tüketicilerin malın fiyatındaki değişikliklere olan duyarlılıklarını) azaltmasını temsil eder.

Şekil 14.2 Monopolcü Rekabette Reklamın Firma Talep Eğrisi Üzerindeki Etkisi

TEMEL KAVRAMLAR

Monopolcü Rekabet Farklılaştırılmış Mal	Çeşitliliğin Sosyal Maliyeti Aşırı Kapasite
--	--

ÇALIŞMA SORULARI

1. Monopolcü rekabet piyasasının özelliklerini ıklayınız.
2. Monopolcü rekabetçi bir firmanın kısa dönem dengesini, aşırı kâr durumu itibariyle şekil çizerek açıklayınız.
3. Monopolcü rekabetçi bir firmanın kısa dönem dengesini, zarar durumu itibariyle şekil çizerek açıklayınız.
4. Monopolcü rekabet piyasasında uzun dönem firma dengesinin yeni firmaların girmesiyle nasıl sağlandığını şekil yardımıyla açıklayınız.
5. Monopolcü rekabet piyasasının etkinliğini şekil yardımıyla değerlendiriniz.
6. Tam rekabet, monopol ve monopolcü rekabet piyasalarındaki kısa ve uzun dönem firma dengelerini şekil çizerek karşılaştırınız.
7. Çeşitliliğin sosyal maliyeti kavramını şekil çizerek açıklayınız.
8. Rekabetçi firmanın, monopolcünün ve monopolcü rekabetçi firmanın kısa durumlarını grafiksel olarak karşılaştırınız.
9. Rekabetçi firmanın, monopolcünün ve monopolcü rekabetçi firmanın uzun durumlarını grafiksel olarak karşılaştırınız.
10. Monopolcü rekabet piyasasının etkinliğini şekil çizerek dağılımda ve üretimde etkinlik açısından değerlendiriniz.
11. Monopolcü rekabet piyasasındaki bir firmanın etkinliği tüketici egemenliği merkezli yaklaşım itibariyle değerlendiriniz.

BÖLÜM 15

OLİGOPOLDE ÜRETİM VE FİYATLANDIRMA

15.1	OLİGOPOLÜN TANIMI VE TÜRLERİ	381
15.2	COURNOT MODELİ	382
15.3	CHAMBERLİN MODELİ	385
15.4	STACKELBERG MODELİ	387
15.5	ANLAŞMALI OLİGOPOL: KARTEL	388
15.6	GİRİŞİ ENGELLEYEN FİYATLANDIRMA	390
15.7	OLİGOPOLE OYUN TEORİSİ YAKLAŞIMI	392
15.7.1	MAHKUMLARIN İKİLEMİ (AÇMAZI)	393
15.7.2	NASH DENGESİ	396
15.7.3	MAXİMİN STRATEJİ	399
15.7.4	MİNİMAX STRATEJİ	401
15.7.5	MİSİLLEME (KISASA KISAS) STRATEJİSİ	402
15.8	YOĞUNLAŞMA ve PİYASA YAPISI	405
15.9	OLİGOPOLDE ETKİNLİK	406
	ÖZET	407
	TEMEL KAVRAMLAR	409
	ÇALIŞMA SORULARI	409

BÖLÜM 15

OLİGOPOLDE

ÜRETİM ve FİYATLANDIRMA

Bu bölümde gerçek hayatta karşılığı olan bir başka piyasa türü olan oligopol piyasasındaki üretim ve fiyatlandırma kararları incelenecektir. Bu bağlamda *oligopolün tanımı, çeşitli oligopol modelleri, oyun teorisi yaklaşımı, yoğunlaşma ve oligopolün refah etkileri* üzerinde durulacaktır.

15.1 OLİGOPOLÜN TANIMI ve TÜRLERİ

Az sayıda firmanın (üreticinin-satıcının) olduğu piyasa yapısına, **oligopol (oligopoly)** denir. Bu tanımdan anlaşılmış olacağı gibi, oligopolde mal ne tam rekabette ve monopolcü rekabette olduğu gibi çok sayıda firma tarafından, ne de monopolde olduğu gibi tek bir firma tarafından üretilir. Oligopolde mal az sayıda firma tarafından üretilir.

Oligopolde firma sayısının az olması, firmaların birbirlerinin fiyat, üretim, reklam ve ürün geliştirme konularındaki kararlarından etkilenmelerine yol açar. Bir başka deyişle oligopolde firma sayısının az olması, her oligopolcünün “benim fiyat-üretim-reklâm-ürün geliştirme konularında aldığım kararlar rakiplerimin satışlarını ve dolayısıyla da aynı konularda alacakları kararları, rakiplerimin fiyat-üretim-reklam-ürün geliştirme konularında aldıkları kararlar da benim satışlarımı ve dolayısıyla da aynı konularda alacağım kararları etkiler” biçiminde düşünmesine yol açar. Bu önemli husus kısaca, *karşılıklı bağımlılık (mutual interdependence)* diye nitelendirilir.

Oligopolde üretilen mal, tam rekabetteki gibi homojen veya monopolcü rekabetteki gibi farklılaştırılmış bir mal olabilir. Az sayıda firma tarafından homojen bir malın üretildiği-satıldığı piyasa yapısına **saf oligopol (pure oligopoly)**, farklılaştırılmış bir malın üretildiği-satıldığı piyasa yapısına ise **farklılaştırılmış oligopol (differentiated oligopoly)** denir. Alüminyum, bakır, çimento ve ham petrol üretimi saf oligopole; otomobil, televizyon, diş macunu, sigara, buzdolabı, bilgisayar, bira, meşrubat,

buzdolabı, çamaşır makinesi, elektrik süpürgesi, havayolu ulaşımı, çiklet, jilet ve deterjan üretimi de farklılaştırılmış oligopole örnek olarak gösterilebilir.

Diğer taraftan bir grup firmanın fiyat-üretim rekabetini önlemek amacıyla işbirliği yapmalarına, **anlaşma-muvazaa (collusion)** denir. Bu bağlamda oligopol piyasasındaki firmaların fiyat-üretim konusunda işbirliği yapmadıkları duruma, **anlaşmasız oligopol (noncollusive oligopoly)**; tam tersine oligopol piyasasındaki firmaların fiyat-üretim konusunda işbirliği yaptıkları duruma, **anlaşmalı oligopol (collusive oligopoly)** denir.

Oligopol piyasasındaki bir firmanın veya kısaca bir oligopolcünün fiyat-üretim-reklam-ürün geliştirme gibi konularda aldığı bir karara, rakip oligopolcüler çok farklı biçimlerde tepki gösterebilirler. Oligopol piyasasında karşılıklı bağımlılığın karmaşık (kompleks) olması, tam rekabet, monopol ve monopolcü rekabettekinin tersine genel bir oligopol teorisi geliştirilmesini imkansız kılar. Bu yüzden de oligopol teorisinde, firmalar arasındaki karşılıklı bağımlılığı farklı tepkisel varsayımlara dayalı biçimde inceleyen çok sayıda model vardır.

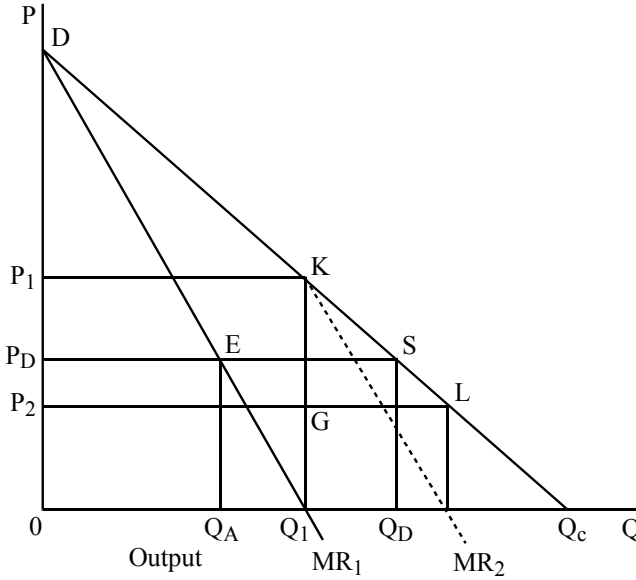
15.2 COURNOT MODELİ

Oligopol modellerinin ilk örneği Fransız matematikçi-iktisatçı Augustin Cournot (1801-1877) tarafından 1838 yılında geliştirilen modeldir. Anlaşmasız bir oligopol modeli olan Cournot modelinde, iki firma vardır: Firma A ve Firma B. İki firmadan oluşan oligopole **düopol (duopoly)** denildiği hesaba katılırsa, Cournot modelinde düopol piyasasındaki firmaların veya kısaca düopolcülerin üretim ve fiyatlandırma kararları incelenir.

İkiden fazla firmayı kapsayacak biçimde genişletilmesi mümkün olan Cournot modelinde, düopolcülerin homojen bir malı aynı maliyetle ürettikleri, ürettikleri mala yönelik talep eğrisini (her alternatif fiyat düzeyinde ne kadar mal satabileceklerini) tam olarak bildikleri ve kâr maksimizasyonunu amaçladıkları varsayılır. Ayrıca her *düopolcünün kârı maksimize eden üretim düzeyini belirlerken, diğer düopolcünün o andaki üretim düzeyini değiştirmeyeceğini düşündüğü varsayılır.*

Cournot modelinin başlangıç aşaması, *düopolcülerin homojen bir malı sıfır maliyetle ürettikleri* (alıcıların birbirine komşu iki tarladan çıkan maden suyunu kendi getirdikleri şişelere doldurmak suretiyle satın aldıkları) *basitleştirici varsayımının* benimsendiği Şekil 15.1’de gösterilmiştir.

Şekil 15.1 Cournot Modeli



Şekil 15.1'deki DQ_C piyasa talep eğrisi, MR_1 ise DQ_C piyasa talep eğrisine ilişkin marjinal hasılat eğrisidir. Şekil 15.1'de MC marjinal maliyet eğrisi olmamasının nedeni, sıfır maliyetle üretim basitleştirici varsayımdır, $MC = 0$.

Şekil 15.1'de tam rekabet durumundaki üretim düzeyi $MR = MC$ kâr maksimizasyon koşulu gereği OQ_C 'dir: Tam rekabette $P = MR$, Q_C noktasında $P = MR = 0$ ve dolayısıyla da $P = MR = MC = 0$. Buna karşılık Şekil 15.1'de monopol durumundaki üretim düzeyi OQ_1 'dir: Q_1 noktasında $MR_1 = 0$ ve dolayısıyla da $MR_1 = MC = 0$.

Şekil 15.1, düopolcülerden birinin (örneğin A firmasının) başlangıçta piyasadaki tek firma (tek satıcı) olduğu kabul edilerek incelenebilir. Cournot modelinde her düopolcü kârını maksimize eden üretim düzeyini diğer düopolcünün o andaki üretim düzeyini değiştirmeyeceği varsayımı altında belirlediğinden, A firması B firmasının başlangıçta sıfır olan üretim düzeyini değiştirmeyeceğini (B firmasının hiç mal üretmeyeceğini) ve dolayısıyla da kendisinin monopol (tek satıcı) konumunda olduğunu, DQ_C piyasa talep eğrisinin kendi ürettiği mala yönelik talep eğrisi; DQ_C piyasa talep eğrisinin içerdiği MR_1 eğrisinin de, kendi ürettiği mala yönelik marjinal hasılat eğrisi olduğunu düşünür.

410 KISIM V: Mal Piyasasında Üretim ve Fiyatlandırma

15. Minimax strateji içeren bir reklam oyunu oluşturunuz ve açıklayınız.
16. Misilleme stratejisi içeren bir reklam oyunu oluşturunuz ve açıklayınız.
17. Zalim strateji içeren bir reklam oyunu oluşturunuz ve açıklayınız.
18. n firma yoğunlaşma endeksini tanımlayınız ve piyasa yapısı açısından sonuçlarını açıklayınız.
19. Herfindahl-Hirschman endeksini tanımlayınız ve piyasa yapısı açısından sonuçlarını açıklayınız.
20. Schumpeter-Galbraith hipotezini açıklayınız.

KISIM VI

EMEK PİYASASI

ve

GELİR DAĞILIMI

Bu kısımda önce faktör piyasalarından biri olan *emek piyasasının işleyişi*-emek piyasasında ücret haddinin nasıl belirlendiği incelenecektir: Bölüm 16. Daha sonra *gelir dağılımı eşitsizliği* ve *fakirlik* üzerinde durulacaktır: Bölüm 17.

BÖLÜM 16

EMEK PİYASASI

16.1	EMEK VE MAL PİYASALARINDA TAM REKABET.....	415
16.1.1	FİRMA EMEK TALEBİ	418
16.1.2	ENDÜSTRİ ve PİYASA EMEK TALEBİ	420
16.1.3	EMEK ARZI.....	422
16.1.4	EMEK PİYASASINDA DENGE	424
16.2	EMEK PİYASASINDA TAM REKABET VE MAL PİYASASINDA EKSİK REKABET (MONOPOL)	427
16.2.1	FİRMA EMEK TALEBİ	428
16.2.2	PİYASA EMEK TALEBİ	429
16.2.3	EMEK PİYASASINDA DENGE	430
16.3	MAL PİYASASINDA TAM REKABET ve EMEK PİYASASINDA EKSİK REKABET (MONOPSON)	431
16.4	MAL PİYASASINDA EKSİK REKABET (MONOPOL) ve EMEK PİYASASINDA EKSİK REKABET(MONOPSON).....	434
	ÖZET	436
	TEMEL KAVRAMLAR	437
	ÇALIŞMA SORULARI	437

BÖLÜM 16

EMEK PİYASASI

Bu bölümde emek piyasasında ücret haddinin belirlenmesi incelenecektir. Mal arz ve talebinin karşılaştığı mal piyasasında nasıl tam rekabet ve eksik rekabet gibi iki alternatif durum söz konusu ise, emek arz ve talebinin karşılaştığı emek piyasasında da tam rekabet ve eksik rekabet gibi iki alternatif durum söz konusudur. Bu yüzden emek piyasasına yönelik açıklamalarda önce, emek piyasasında tam rekabet durumunda ücret düzeyinin belirlenmesi hususu üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda önce *emek piyasasında tam rekabet-mal piyasasında tam rekabet*, sonra *emek piyasasında tam rekabet-mal piyasasında eksik rekabet* durumları ele alınacaktır. Bunu emek piyasasında eksik rekabet durumuna ilişkin açıklamalar izleyecektir. Bu amaçla önce *emek piyasasında eksik rekabet-mal piyasasında tam rekabet*, sonra *emek piyasasında eksik rekabet-mal piyasasında eksik rekabet* durumları ele alınacaktır.

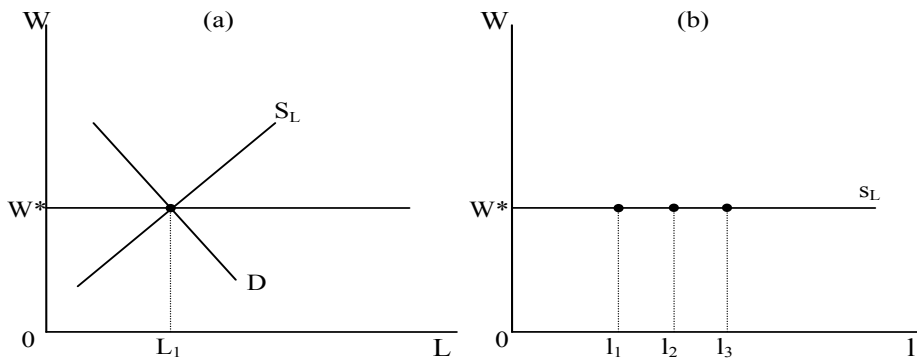
16.1 EMEK ve MAL PİYASALARINDA TAM REKABET

Emek piyasasında tam rekabet durumunda piyasada çok sayıda alıcı (firma) vardır. Bu yüzden de rekabetçi emek piyasasındaki bir firma tarafından talep edilen emek miktarı, tüm firmalar tarafından talep edilen emek miktarının çok küçük bir kısmını oluşturur ve dolayısıyla da bir firmanın talep ettiği emek miktarındaki değişme, tüm firmalar tarafından talep edilen toplam emek miktarında çok küçük bir değişmeye yol açar: Bir firmanın talep ettiği emek miktarındaki değişme sonucu piyasada talep edilen emek miktarında, *teorik düzeyde* bir değişme olmaz.

Emek piyasasında tam rekabet durumunda piyasada çok sayıda alıcı (firma) yanında çok sayıda satıcı (işçi) vardır. Dolayısıyla da bir işçi tarafından arz edilen emek miktarı, tüm işçiler tarafından arz edilen toplam emek miktarının çok küçük bir kısmına tekabül eder ve bu yüzden de bir işçinin arz ettiği emek miktarındaki değişme, tüm işçiler tarafından arz edilen toplam emek miktarında çok küçük bir değişmeye sebep olur: Bir işçinin arz ettiği emek miktarındaki değişme sonucu, piyasada arz edilen emek miktarında *teorik düzeyde* bir değişme olmaz.

Emek piyasasında tam rekabet durumunda bir firmanın ve işçinin sırasıyla talep ve arz ettiği emek miktarı değişince piyasa emek talebinin ve piyasa emek arzının değişmemesi, tam rekabet piyasasında piyasa fiyatı piyasa arz ve talebi tarafından belirlendiğinden, rekabetçi emek piyasasında tarafların *fıyat kabul edici* konumda olduklarını içerir. Rekabetçi emek piyasasında firmanın sonsuz esnek (yatay) bir emek arz eğrisi ile karşı karşıya olması (piyasa ücret haddinin rekabetçi firmanın talep ettiği emek miktarından bağımsız olması) anlamına gelen bu husus, Şekil 16.1’de gösterilmiştir. Şekil 16.1’de rekabetçi firma, piyasa emek talep eğrisi (D_L) ile piyasa emek arz eğrisi (S_L) tarafından belirlenen W^* piyasa ücret haddi üzerinden arzu ettiği kadar emek kiralayabilir: W^* piyasa ücret haddi firmanın talep ettiği emek miktarından (emek miktarının $l_1, l_2, l_3 \dots$ olmasından) etkilenmez.

Şekil 16.1 Rekabetçi Emek Piyasasında Firmanın Karşı Karşıya Olduğu Emek Arz Eğrisi

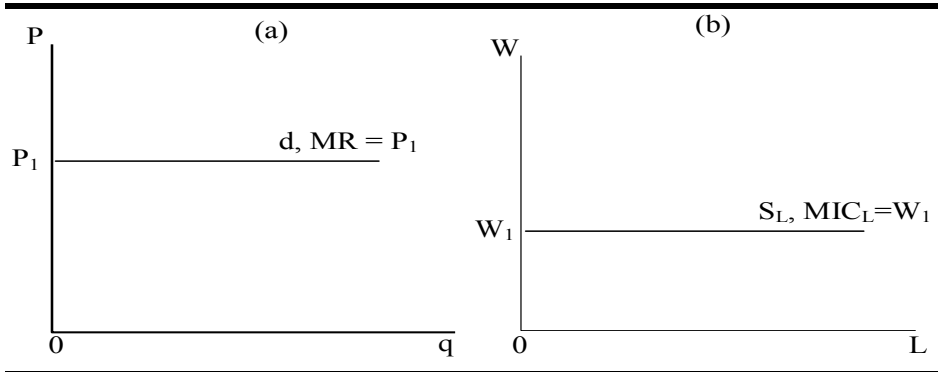


Diğer taraftan bir firmanın emek girdisi için yaptığı toplam harcamaya, **emeğin toplam girdi maliyeti (total input cost of labor, $TIC_L = W \times L$)** denir. Örneğin bir firma 5 işçi çalıştırıyorsa ve ücret haddi 10 TL ise, emeğin toplam girdi maliyeti $5 \times 10 \text{ TL} = 50 \text{ TL}$ 'dir. Bir firmanın çalıştırdığı emek girdisi miktarı bir birim değiştiğinde emeğin toplam girdi maliyetinde meydana gelen değişmeye ise, **emeğin marjinal girdi maliyeti (marginal input cost of labor, $MIC_L = \Delta TIC_L / \Delta L$)** denir. Örneğin yukarıdaki örnekte 6 işçi çalıştırıldığında emeğin toplam girdi maliyeti 55 TL ise, emeğin marjinal girdi maliyeti $(55 \text{ TL} - 50 \text{ TL}) / 1 = 5 \text{ TL}$ 'dir.

Rekabetçi emek piyasasındaki bir firma sonsuz esnek bir arz eğrisi ile karşı karşıya olduğundan-piyasa ücret haddi üzerinden dilediği kadar emek kiralayabildiğinden, rekabetçi emek piyasasındaki bir firma için emeğin marjinal girdi maliyeti piyasa ücret haddine eşittir: $MIC_L = W$. Bu yüzden de Şekil 16.1.(b)'de yer alan ve firmanın karşı karşıya olduğu emek arz eğrisini temsil eden s_L eğrisi, aynı zamanda emeğin marjinal girdi maliyetini temsil eder ($s_L = MIC_L$).

Rekabetçi emek piyasasındaki emek talebi, mal piyasasında tam rekabet veya eksik rekabet olduğu kabul edilerek iki farklı biçimde incelenebilir. Emek piyasası yanında mal piyasasında da tam rekabetin olduğu kabul edilirse, firma emek piyasasında olduğu gibi mal piyasasında da fiyat kabul edici konumda olur-piyasa arzını piyasa talebine eşitleyen piyasa fiyatı üzerinden dilediği kadar mal satabilir. Daha önce incelenen böyle bir durumda, marjinal hasılat malın fiyatına daima eşittir ($MR = P$) ve dolayısıyla da firmanın mal piyasasında karşı karşıya olduğu talep eğrisi, aynı zamanda marjinal hasılatı da temsil eder: $d = MR$. Emek ve mal piyasalarında tam rekabet durumu Şekil 16.2'de gösterilmiştir.

Şekil 16.2 Emek ve Mal Piyasalarında Tam Rekabet



438 KISIM VI: Emek Piyasası ve Gelir Dağılımı

3. Endüstri emek talep eğrisini türetiniz.
4. Yukarıdaki soruda piyasaların niteliğinin neden belirtilmediğini açıklayınız.
5. Bireysel emek arzı eğrisinin biçimini ikame ve gelir etkileri aracılığıyla açıklayınız.
6. Emek ve mal piyasalarında tam rekabet durumunda piyasa dengesi nasıl sağlanır? Şekil çizerek açıklayınız ve iktisadi rant açısından değerlendiriniz.
7. Emek piyasasında tam rekabet ve mal piyasasında monopol durumunu şekil üzerinde gösteriniz.
8. Emek piyasasında monopson ve mal piyasasında tam rekabet durumunu şekil üzerinde gösteriniz. Bu durumda firma emek talep eğrisi türetilebilir mi? Şekil çizerek açıklayınız ve monopsoncu sömürü açısından değerlendiriniz.
9. Emek piyasasında monopson ve mal piyasasında monopol durumunu şekil üzerinde gösterdikten sonra, firma emek talep eğrisinin varlığını şekil çizerek değerlendiriniz.

BÖLÜM 17

GELİR DAĞILIMI VE FAKİRLİK

17.1	GELİR DAĞILIMININ ALTERNATİF TANIMLARI	441
17.2	KİŞİSEL GELİR DAĞILIMININ ÖLÇÜLMESİ: LORENZ EĞRİSİ ve GİNİ KATSAYISI	442
17.3	KİŞİSEL GELİR DAĞILIMINDAKİ EŞİTSİZLİĞİN NEDENLERİ	446
17.4	ADİL GELİR DAĞILIMI NEDİR?	447
17.5	FAKİRLİK ve FAKİRLİKLE MÜCADELE	451
17.6	TÜRKİYE'DE GELİR DAĞILIMI	453
17.7	TÜRKİYE'DE FAKİRLİK DAĞILIMI	455
	ÖZET	455
	TEMEL KAVRAMLAR	456
	ÇALIŞMA SORULARI	457

BÖLÜM 17

GELİR DAĞILIMI ve FAKİRLİK

Kitabın bu son bölümünde gelir dağılımında eşitsizlik ve fakirlik üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda önce gelir dağılımına ilişkin alternatif tanımlar (fonksiyonel gelir dağılımı ve kişisel gelir dağılımı ayırımı) ele alınacaktır. Daha sonra kişisel gelir dağılımının ölçümü ve kişisel gelir dağılımındaki eşitsizliğin nedenleri incelenecektir. Bunu fakirlik kavramına ilişkin açıklamalar izleyecektir. Bu bölümde son olarak Türkiye’de gelir dağılımı ve fakirlik değerlendirilecektir.

17.1 GELİR DAĞILIMININ ALTERNATİF TANIMLARI

Gelir dağılımı Plato’dan (M.Ö 427-347) beri düşünürlerin ve iktisatçıların en fazla ilgi duydukları konulardan birisi olmuştur. Çağdaş iktisadi analiz tarihinde gelir dağılımının önemini vurgulayan önemli bir iktisatçı, altıncı bölümde incelenen mukayeseli üstünlükler teorisinin mimarı David Ricardo’dur. Ricardo dönemin bir başka İngiliz iktisatçısı olan Thomas Robert Malthus’a (1766-1834) yazdığı mektupta gelir dağılımının önemini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Size göre iktisat bilimi ulusal refahın artış nedenlerini araştırır. Bana göre ise iktisat bilimi, ulusal refah artışının üretime katılanlar arasında nasıl bölüşüldüğünü araştırmalıdır. Gün geçtikçe birincisinin boş ve aldatıcı olduğuna, ikincinin ise bilimin gerçek amacını yansıttığına daha çok inanmaktayım”.

Günümüzde iktisatçılar gelir dağılımını iki farklı biçimde ele alırlar. Bu bağlamda bir ülkede belirli bir dönemde (yılda) üretilen gelirin üretim faktörleri arasındaki bölüşümüne, Bölüm 1’de belirtildiği gibi

fonksiyonel gelir dağılımı denir. *Birincil gelir dağılımı* da denilen fonksiyonel gelir dağılımı, üretim faktörlerinin gelirden aldıkları payları-gelirin ücret, rant, faiz ve kâr arasındaki dağılımını yansıtır. Bir başka deyişle fonksiyonel gelir dağılımı, gelirin *emek geliri* (ücret) ve *emek dışı gelir* (rant-faiz-kâr) biçimindeki dağılımını-gelirin farklı sosyal kesimler arasındaki paylaşımını gösterir.

Buna karşılık bir ülkede belirli bir dönemde üretilen gelirin toplam nüfus (aileler) arasındaki bölüşümüne, **kişisel gelir dağılımı (size distribution of income)** denir. *İkincil gelir dağılımı* da denilen kişisel gelir dağılımında önemli olan husus, elde edilen gelirin kaynağı-bileşimi değil, miktarıdır. Kişisel gelir dağılımında en yüksek ve en düşük gelir grupları arasındaki farklar-gelir dağılımındaki eşitsizliğin düzeyi ve eşitsizliğin nedenleri incelenir.

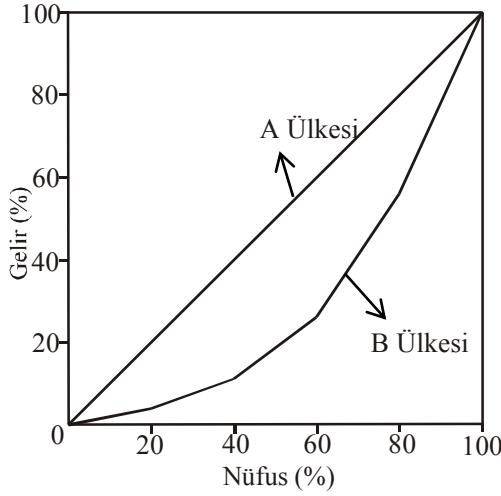
17.2 KİŞİSEL GELİR DAĞILIMININ ÖLÇÜLMESİ: LORENZ EĞRİSİ ve GİNİ KATSAYISI

Bir ülkedeki gelir dağılımını ölçmenin birinci yolu, Amerikalı istatistikçi **Max Otto Lorenz** (1876-1952) tarafından 1905 yılında geliştirilen grafiklerdir. Lorenz'in geliştirdiği grafikte, nüfusun-ailelerin yüzde kaçının gelirin yüzde kaçını elde ettiği gösterilir. Bu amaçla nüfus 5 eşit parçaya bölünür ve her biri nüfusun yüzde yirmisini temsil eden bu gruplar en fakirden en zengine doğru en fakir yüzde yirmi, ikinci yüzde yirmi, üçüncü yüzde yirmi, dördüncü yüzde yirmi ve en zengin yüzde yirmi biçiminde sıralanır. Daha sonra her grubun gelirden aldığı pay hesaplanır. Böylece Tablo 17.1'deki temsili değerler elde edilir.

A ve B ülkelerinin temsili değerlerinin yer aldığı Tablo 17.1 incelendiğinde görüleceği gibi, A ülkesinde nüfus yüzde yirmisini kapsayan her grup üretilen gelirin yüzde yirmisini elde etmiş alması ve dolayısıyla da gelir tam eşit olarak paylaşılmıştır. Buna karşılık B ülkesinde nüfusun en fakir yüzde yirmisi gelirin yüzde dördünü, nüfusun izleyen ikinci-üçüncü ve dördüncü yüzde yirmilik bölümleri ise gelirin sırasıyla yüzde yedisini-yüzde on beşini ve yüzde otuzunu, nüfusun en zengin beşinci yüzde yirmilik bölümü ise, gelirin yüzde kırk dördünü elde etmiştir. Bir başka deyişle nüfusun en zengin yüzde yirmisi nüfusun en fakir bölümünden on bir kat, onu izleyen bölümünden altı buçuk kat daha-iki bölümün toplamından dört kat fazla gelir elde etmiştir.

Tablo-Şekil 17.1 Lorenz Eğrisi

% 20	A Ülkesi	B Ülkesi
En Fakir % 20	20	4
İkinci % 20	20	7
Üçüncü % 20	20	15
Dördüncü % 20	20	30
En Zengin % 20	20	44



Tablo 17.1'deki değerler Şekil 17.1'deki gibi grafik biçiminde gösterilebilir. Şekil 17.1'de yatay eksenle nüfusun yüzde yirmisini temsil eden bu gruplar en fakirden en zengine doğru kümülatif olarak sıralanmıştır. Dikey eksenle ise her nüfus grubunun gelirden aldığı pay kümülatif olarak gösterilmiştir. Şekil 17.1'de yer alan ve yatay eksene doğru yaklaşan eğri, gelir dağılımının çok eşitsiz olduğu B ülkesinde nüfusun en fakirden en zengine doğru her yüzde yirmilik bölümünün gelirden aldığı payları temsil eder ve **Lorenz eğrisi (Lorenz curve)** diye nitelendirilir. Şekil 17.1'deki köşegen ise, gelirin tam eşit olarak bölüşüldüğü A ülkesindeki gelir dağılımını gösterir-A ülkesinin Lorenz eğrisidir.

Bu açıklamalardan anlaşılmış olacağı gibi, gelir dağılımındaki eşitsizliği Lorenz eğrisinin konumuna bakarak değerlendirmek mümkündür: Bir ülkede gelir dağılımında ne kadar çok eşitsizlik var ise, Lorenz eğrisi

KISIM VII

TEMEL MAKRO KAVRAMLAR

ve

EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ

Kitabın makro iktisadi analizin başladığı bu yedinci kısmında, okuyucuya önce bazı *temel makro iktisadi kavramlar* tanıtılacaktır, Bölüm 18. Daha sonra *hasılanın* nasıl ölçüldüğü açıklanacaktır, Bölüm 19. İzleyen iki bölümde sırasıyla *enflasyonun ölçülmesi* ve *işsizliğin ölçülmesi* incelenecektir, Bölüm 20 ve Bölüm 21. Bu kısımda son olarak *parasal sistem* üzerinde durulacaktır, Bölüm 22.

BÖLÜM 18

MAKRO İKTİSAT İKTİSADİ BÜYÜME VE DALGALANMALAR

18.1	NOMİNAL GAYRİ SAFİ YURTIÇİ HASILA	463
18.2	REEL GAYRİ SAFİ YURTIÇİ HASILA	470
18.3	İKTİSADİ BÜYÜME	474
18.4	İKTİSADİ DALGALANMALAR	475
18.5	İŞSİZLİK	479
18.6	ENFLASYON	480
18.7	MAKRO İKTİSAT	481
18.8	MAKRO İKTİSADİ MODELLER	482
18.9	MAKRO İKTİSAT POLİTİKASI	484
18.9.1	ARZ YÖNLÜ MAKRO İKTİSAT POLİTİKASI	485
18.9.2	TALEP YÖNLÜ MAKRO İKTİSAT POLİTİKASI	486
	ÖZET	488
	TEMEL KAVRAMLAR	490
	ÇALIŞMA SORULARI	490

BÖLÜM 18

MAKRO İKTİSAT: İKTİSADİ BÜYÜME VE DALGALANMALAR

Bu bölümde önce *nominal gayri safi yurtiçi hasıla*, *reel gayri safi yurtiçi hasıla*, *işsizlik*, *enflasyon*, *iktisadi büyüme* ve *iktisadi dalgalanmalar* kavramları üzerinde durulacaktır. Daha sonra da *makro iktisat*, *makro iktisadi modeller* ve *makro iktisat politikası* kavramları açıklanacaktır.

18.1 NOMİNAL GAYRİ SAFİ YURTIÇİ HASILA

Bir ülkenin sınırları içinde belirli bir yılda üretilen nihai malların ve hizmetlerin, üretildikleri yılın piyasa fiyatları üzerinden değerine **nominal gayri safi yurtiçi hasıla (nominal gross domestic product, nominal GDP)** denir. Örneğin sadece ekmek ve elma üretilen hayali bir ülke sınırları içinde 2016 yılında 1000 adet ekmek ve 50 kilo elma üretildiği, ekmeğin ve elmanın 2016 yılındaki birim piyasa fiyatlarının da sırasıyla 0.5 TL ve 2 TL olduğu kabul edilirse, bu ülkede nominal gayri safi yurtiçi hasıla veya kısaca *nominal GDP* 2016 yılında 600 TL'dir.

$$\begin{aligned}\text{Nominal GDP} &= (\text{ekmeğin piyasa değeri}) + (\text{elmanın piyasa değeri}) \\ &= (\text{üretilen ekmek miktarı} \times \text{ekmeğin piyasa fiyatı}) + \\ &\quad (\text{üretilen elma miktarı} \times \text{elmanın piyasa fiyatı}) \\ &= (1000 \times 0.5 \text{ TL}) + (50 \times 2 \text{ TL}) = 600 \text{ TL}\end{aligned}$$

Bir ülkenin sınırları içinde bir yılda üretilen malların-hizmetlerin miktarları ve cari yıl piyasa fiyatları sırasıyla Q_i ve P_i ile gösterilirse, **cari fiyatlarla GDP** veya **parasal GDP** diye de nitelendirilen nominal GDP kısaca aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

$$\text{Nominal GDP} = \sum Q_i P_i, \quad i = 1, \dots, n$$

GDP kavramının anlamı, GDP tanımında yer alan **ülke sınırları içinde, belirli bir yılda, nihai mallar ve piyasa fiyatları üzerinden** terimlerinin anlamları belirlenerek daha açık hale getirilebilir.

... ÜLKE SINIRLARI İÇİNDE

GDP belirli bir yılda üretilen nihai malların piyasa değerini coğrafi sınırlar itibariyle tanımlayan bir kavramdır. Dolayısıyla GDP bir ülkede gerek o ülke vatandaşları gerekse diğer ülke vatandaşları tarafından üretilen nihai malların piyasa değerini kapsar. Örneğin Türkiye'nin 2016 yılı GDP'si, 2016 yılında Türkiye'de gerek Türk vatandaşları gerek diğer ülke vatandaşları tarafından (gerek Türk vatandaşlarının gerek yabancı ülke vatandaşlarının sahip oldukları emek, sermaye ve teşebbüs gücü kullanılarak) üretilen nihai malların piyasa değerini ifade eder. Buna karşılık GDP bir ülke vatandaşlarının diğer ülkelerde ürettikleri malların piyasa değerini kapsamaz: Bir ülke vatandaşlarının diğer ülkelerde ürettikleri malların piyasa değeri, ilgili ülkelerin GDP'sinde yer alır. Örneğin Türkiye'nin 2016 yılı GDP'si, 2016 yılında Türk vatandaşları tarafından Almanya'da üretilen malların değerini kapsamaz; söz konusu değer Almanya'nın 2016 yılı GDP'sinde yer alır. Bu açıklama ışığında nominal GDP, *bir ülkede belirli bir yılda hem o ülkenin vatandaşları hem diğer ülkelerin vatandaşları tarafından üretilen (hem o ülke vatandaşlarının hem diğer ülkelerin vatandaşlarının sahip oldukları emek, sermaye ve teşebbüs gücü kullanılarak üretilen) nihai malların üretildikleri yılın piyasa fiyatları üzerinden değeri* diye tanımlanabilir.

... BELİRLİ BİR YILDA ÜRETİLEN

Ülke sınırları içinde belirli bir yılda üretilen nihai malların üretildikleri yılın fiyatları üzerinden piyasa değeri biçimindeki GDP tanımında yer alan *belirli bir yılda üretilen* ifadesi, GDP'nin önceki yıllarda üretilen malların piyasa değerini kapsamadığını belirtir. Bu bağlamda 2016 yılı GDP'si, 2015 yılında üretilen ve 2016 yılında satılan veya 2016 yılında yeniden satılan Renault marka bir arabanın piyasa değerini kapsamaz. Bir oto galerisinin 2015 model arabanın 2016 yılındaki satışı-yeniden satışı için ürettiği hizmet 2016 yılı GDP'sinde yer almakla beraber, arabanın 2015 yılı GDP'sinde zaten kapsanan piyasa değeri, 2016 GDP'sinde *ikinci kere* yer almaz. Bu açıklamalar ışığında nominal GDP, *bir ülkenin sınırları içinde bir yılda üretilen yeni nihai malların ve hizmetlerin üretildikleri yılın piyasa fiyatları üzerinden değeri* diye de tanımlanabilir.

... NİHAİ MALLAR

Mallar çeşitli kriterlere göre sınıflandırılır. Bu kriterlerden bir tanesi, bir malın başka malların üretiminde *girdi olarak kullanılmak* veya *yeniden satılmak* için satın alınıp alınmadığı hususudur. Bu kriter çerçevesinde, başka malların üretiminde girdi olarak kullanılan veya yeniden satılmak için satın alınan mallara **ara mallar (intermediate goods)**, başka malların üretiminde girdi olarak kullanılmayan veya yeniden satılmak için satın alınmayan mallara da **nihai mallar (final goods)** denir. Bu bağlamda GDP kavramı, hem ara mallarını hem nihai malları değil, sadece nihai malları kapsar.

GDP tanımındaki *mallar* teriminin neden ara mallarını da kapsamadığı (neden sadece nihai malları kapsadığı) hususu, bir ülkede sadece ekmek üretildiği ve ekmeğin tüketiciler (ekmeğin nihai kullanıcıları) tarafından dört aşamalı bir üretim süreci sonunda satın alındığı (buğday/çiftçi, un/değirmen, ekmek/fırın, ekmek/bakkal) kabul edilerek açıklanabilir. Bu amaçla hazırlanan ve temsili ülkenin 2016 yılındaki üretim yapısını yansıtan Tablo 18.1’de sırasıyla üretim aşamaları (1), her üretim aşamasında üretilen mal miktarı (2), her üretim aşamasında satılan malın birim piyasa fiyatı (3), her üretim aşamasında üretilen malın piyasa değeri (4) ve her üretim aşamasındaki *katma değer* (5) yer almaktadır.

Tablonun incelenmesinden anlaşılabacağı gibi, çiftçiler 100 kilo buğday üretmekte ve ürettikleri buğdayı kilosu 0.1 liradan değirmenlere satmaktadırlar. Dolayısıyla, buğdayın piyasa değeri 10 liradır. Çiftçilerden 10 lira değerinde 100 kilo buğday satın alan değirmenler, satın aldıkları buğdayı kullanarak 80 kilo un üretmekte ve ürettikleri unu kilosu 0.3 liradan fırınlara satmaktadırlar, unun piyasa değeri = $80 \times 0.3 \text{ TL} = 24 \text{ TL}$. Değirmenlerden 24 lira değerinde 80 kilo un alan fırınlar, satın aldıkları unu kullanarak 300 adet ekmek üretmekte ve bu 300 adet ekmeği fırından tanesi 0.5 liradan satın alan bakkallar da, satın aldıkları ekmeği 0.6 liradan tüketicilere-nihai kullanıcılara satmaktadır: Ekmeğin perakende (bakkal) piyasa değeri = $300 \times 0.6 \text{ TL} = 180 \text{ TL}$.

Diğer taraftan, mal ve hizmetlerin piyasa değerlerinde üretim sürecinin her aşamasında meydana gelen artışa **katma değer (value added)** denir. Katma değer bir üretim aşamasında yaratılan değeri ifade eder ve tanım gereği *bir üretim aşamasında üretilen mal ve hizmetin piyasa değeri ile bir önceki üretim aşamasında üretilen mal ve hizmetin piyasa değeri arasındaki farka* eşittir. Dolayısıyla Tablo 18.1’de buğday üretim aşamasındaki katma değer 10TL (10 - 0), un üretim aşamasındaki

BÖLÜM 19

EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ (1) HASILANIN ÖLÇÜLMESİ

19.1	GAYRİ SAFİ YURTIÇİ HASILANIN ÖLÇÜLMESİ	495
19.1.1	TOPLAM ÜRETİM YAKLAŞIMI	495
19.1.2	TOPLAM HARCAMA YAKLAŞIMI	496
19.1.3	TOPLAM GELİR YAKLAŞIMI	503
19.2	GDP İLE İLGİLİ BÜYÜKLÜKLER	505
19.2.1	GAYRİ SAFİ MİLLİ HASILA	505
19.2.2	NET YURTIÇİ HASILA	507
19.2.3	YURTIÇİ GELİR	508
19.2.4	MİLLİ GELİR	509
19.2.5	KİŞİSEL GELİR	510
19.2.6	HARCANABİLİR KİŞİSEL GELİR	511
19.3	TASARRUF-YATIRIM ÖZDEŞLİĞİ	512
19.4	ULUSAL SERVET	517
19.5	GDP ve ULUSLARARASI KIYASLAMALAR	519
	ÖZET	524
	TEMEL KAVRAMLAR	526
	ÇALIŞMA SORULARI	527

BÖLÜM 19

EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ 1: HASILANIN ÖLÇÜLMESİ

Bu bölümde önce *gayri safi yurtiçi hasılanın nasıl hesaplandığı* incelenecektir. Daha sonra da *gayri safi yurtiçi hasıla ile ilgili çeşitli hasıla-gelir kavramları* tanıtılacak ve *tasarruf-yatırım özdeşliği* üzerinde durulacaktır. Bunu *gayri safi yurtiçi hasılanın ülkeler arası refah farklılıklarının ölçülmesinde* nasıl kullanıldığına ilişkin açıklamalar izleyecektir.

19.1 GAYRİ SAFİ YURTIÇİ HASILANIN ÖLÇÜLMESİ

Bir ekonomide bir yılda üretilen nihai malların piyasa değerini temsil eden GDP, her şeyden üretilen malların piyasa değeri hesaplanmak suretiyle *dolaysız* bir biçimde ölçülebilir. Ayrıca bir ekonomide bir yılda üretilen nihai malların piyasa değeri, hem alıcıların bu malları satın almak için ödedikleri para miktarına (*toplam harcamaya*) hem de üretim faktörlerinin elde ettikleri gelirlerin toplamına (*toplam gelire*) eşittir. Dolayısıyla da bir ekonomide bir yılda üretilen nihai malların piyasa değerini, *toplam harcamayı* veya *toplam geliri* hesaplamak suretiyle *dolaylı* bir biçimde ölçmek de mümkündür. İktisatçılar söz konusu alternatif GDP ölçme yöntemlerini sırasıyla *toplam üretim yaklaşımı*, *toplam harcama yaklaşımı* ve *toplam gelir yaklaşımı* diye nitelendirirler.

19.1.1 TOPLAM ÜRETİM YAKLAŞIMI

Toplam üretim yaklaşımında, GDP'nin katma değerler toplamına eşit olduğu noktasından hareket edilir ve GDP, ekonomiyi oluşturan çeşitli faaliyet alanlarındaki (tüm) firmaların katma değerleri hesaplanarak ölçülür.

$$\text{GDP} = (\text{Tüm}) \text{ Firmaların Katma Değerlerinin Toplamı}$$

Toplam üretim yaklaşımını Türkiye ekonomisi için örneklendiren Tablo 19.1'in incelenmesinden anlaşılacağı üzere, toplam üretim yaklaşımı bir ekonomideki çeşitli üretim dallarının GDP'ye katkılarını ve dolayısıyla da üretimin faaliyet alanları itibarıyla yapısını gösterir. Türkiye'de 2010

yılında GDP'ye katkısı en yüksek olan faaliyet alanlarının başında sanayi (% 27.1), ulaşım ve haberleşme (% 14.5), mali kurumlar (% 11.0), toptan ve perakende ticaret (% 12.7), ve tarım (% 9.1) gelmektedir.

**Tablo 19.1 Türkiye'nin 2010 Yılı Reel Gayri Safi Yurtiçi Hasılası:
Üretim Yöntemi, 1998 Yılı Fiyatları, Milyon TL**

	Değer	Pay %
GDP-Toplam Üretim	105.680	100.0
Tarım	9.595	9.1
Sanayi	28.593	27.1
Madencilik	795	0.7
İmalat Sanayi	25.614	24.4
Enerji	2.184	2.1
İnşaat	5.935	5.6
Ticaret	13.444	12.7
Ulaşım ve Haberleşme	15.398	14.5
Mali Kurumlar	12.568	11.0
Konut Sahipliği	5.184	4.8
Serbest Meslekler	3.900	3.6
Kamu Yön.ve Savunma	3.214	3.0
Diğerleri	7.849	7.4

19.1.2 TOPLAM HARCAMA YAKLAŞIMI

Bir ülkede belirli bir yılda üretilen nihai mallar tüketiciler, firmalar, hükümet ve yabancı ülkeler tarafından satın alınır. Ayrıca bir ülkede belirli bir yılda üretilen nihai malların cari yıl fiyatları üzerinden piyasa değeri (nominal GDP), (biraz sonra açıklanacağı gibi) bu malları satın almak için o yıl yapılan harcamaların toplamına *daima* eşittir. Toplam harcama yaklaşımında bu iki noktadan hareket edilerek, bir ülkede belirli bir yılda üretilen nihai malları satın almak için o yıl yapılan harcamalar, tüketim (C), brüt yatırım (I), hükümet alımları (G) ve net ihracat (XN) toplamı ile ölçülür:

$$\text{Nominal GDP} = C + I + G + XN$$

TÜKETİM (C)

Milli gelir özdeşliği (national income identity) diye nitelendirilen yukarıdaki ifadede yer alan **tüketim (consumption)**, nihai malları satın almak için hanehalkı sektörü/aileler tarafından yapılan harcamaları ifade eder. Tüketim hanehalkının hem araba, bulaşık makinesi ve müzik seti gibi *dayanıklı malları (durable goods)*; hem ekmek, sebze-meyve gibi *dayanıksız malları (nondurable goods)*; hem de ulaşım, sağlık, tatil ve eğitim gibi *hizmetleri (services)* satın almak için yaptığı harcamaları kapsar. Diğer taraftan hanehalkı tarafından yeni konutları satın almak için o yıl yapılan harcamalar, tüketim olarak değil yatırım olarak nitelendirilir. Bir başka deyişle, hanehalkı tarafından yapılan fakat tüketim kapsamında yer almayan tek harcama türü, konut harcamalarıdır. Tüketim her ülkede GDP'nin en büyük kısmını kapsar. Türkiye'de 2010 yılında tüketimin reel GDP'deki payı (C/GDP oranı) % 69.1 kadardır.

BRÜT YATIRIM (I)

İş alemi sektörü tarafından bina, makine-teçhizat ve stoklar için yapılan harcamalar ile hanehalkı sektörü tarafından inşaat (konut inşaatı) için yapılan harcamalar toplamına **brüt yatırım (gross investment)** denir.* İktisadi analizde brüt yatırımı, **sabit yatırım (fixed investment, I_f)** ve **stok yatırımı (inventory investment, I_s)** diye ikiye ayrılır:

$$\text{Brüt Yatırım (I)} = \text{Sabit Yatırım (I}_f\text{)} + \text{Stok Yatırımı (I}_s\text{)}$$

Stok yatırımı, firmaların stoklarında bir yılda (örneğin 1 Ocak 2011 - 31 Aralık 2011 döneminde) meydana gelen değişmeyi ifade eder. *Sabit yatırım* ise, işalemi sektörünün bina-makine ve teçhizat gibi *uzun süre* kullanılan araçları satın almak için yaptığı harcamaları ve hanehalkı sektörünün (*yeni*) konut satın almak için yaptığı harcamaları kapsar. Bu harcamalara sırasıyla **konut dışı sabit yatırım (nonresidential fixed investment)** ve **konut sabit yatırımı (residential fixed investment)** denir:

* Bu tanımdaki işalemi/firmalar kavramı Genel ve Katma Bütçeli Kuruluşları, Mahalli İdareleri, Belediyelere Bağlı Katma Bütçeli Kuruluşları (ASKİ, İSKİ, EGO, ESHOT gibi) Kamu İktisadi Teşebbüslerini (KİT'leri) ve Sosyal Güvenlik Kuruluşlarını da kapsar. Ülkemizdeki uygulamada söz konusu birimler tarafından demiryolu, karayolları, köprüler, tüneller, limanlar, havaalanları, boru hatları, kanal ve suyolları, barajlar, elektrik nakil hatları, telefon ve telgraf nakil hatları yapımı için yapılan harcamalar, bazı ülkelerde olduğunun tersine konut dışı inşaat olarak yatırım kapsamında yer alır.

BÖLÜM 20

EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ (2) ENFLASYON

20.1	ENFLASYONUN ÖLÇÜLMESİ	531
20.1.1	FİYAT ENDEKSİ	531
20.1.2	GDP DEFLATÖRÜ	533
20.1.3	TÜKETİCİ FİYAT ENDEKSİ	534
20.1.4	ÜRETİCİ FİYAT ENDEKSİ	535
20.2	ENFLASYON ve NOMİNAL-REEL BÜYÜKLÜKLER	536
20.3	TÜKETİCİ FİYATLARIYLA ENFLASYON ve REFAH	538
20.4	ENFLASYONUN TÜRLERİ	539
20.5	ENFLASYON ve FAİZ HADDİ	542
20.6	ENFLASYONUN MALİYETİ	544
20.6.1	BEKLENMEYEN ENFLASYONUN MALİYETİ	545
20.6.2	TAM OLARAK BEKLENEN ENFLASYONUN MALİYETİ	548
20.7	FISHER ETKİSİ	550
20.8	ENFLASYON VERGİSİ	551
20.9	DEFLASYON	551
20.9.1	DEFLASYONUN MALİYETİ	552
20.9.2	20.YÜZYIL DEFLASYON DENEYİMLERİ	553
	ÖZET	555
	TEMEL KAVRAMLAR	557
	ÇALIŞMA SORULARI	558

BÖLÜM 20

EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ 2: ENFLASYON

Bu bölümde enflasyon kavramı üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda önce *enflasyonun nasıl ölçüldüğü* açıklanacaktır. Daha sonra *enflasyonun türleri* açıklanacaktır. Bunu *enflasyonun maliyetine-olumsuz etkilerine* ve *hoşnutsuzluk endeksine* ilişkin açıklamalar izleyecektir. Bu bölümde daha sonra *enflasyon vergisi* ve *deflasyon* olguları üzerinde durulacaktır.

20.1 ENFLASYONUN ÖLÇÜLMESİ

20.1.1 FİYAT ENDEKSİ

Bir ekonomide *genel* fiyat düzeyinde (**P**) meydana gelen *sürekli* artış demek olan (fiili) enflasyon, **enflasyon haddi (inflation rate, π)** ile ölçülür. Enflasyon haddi, genel fiyat düzeyinde *cari dönemde meydana gelen artış* ile önceki dönem genel fiyat düzeyi arasındaki oranın 100 ile çarpımına eşittir:

$$\pi = \frac{(P_t - P_{t-1})}{P_{t-1}} \times 100 = \frac{\Delta P_t}{P_{t-1}} \times 100$$

Enflasyon haddi, genel fiyat düzeyinde belirli dönemde (ay, yıl) meydana gelen yüzde artış haddini ifade eder. Örneğin bir ülkede 2011, 2012 ve 2013 yıllarında genel fiyat düzeyi sırasıyla 120, 126 ve 130 ise, 2012 ve 2013 yılı enflasyon hadleri sırasıyla $[(126-120)/120] \times 100 = \% 5$ ve $[(130-126)/126] \times 100 = \% 3.1$ 'dir: Genel fiyat düzeyi 2012 ve 2013 yıllarında sırasıyla $\% 5$ ve $\% 3.1$ oranında artmıştır.

İktisatçılar enflasyon haddinin düşmesini, **dezenflasyon (disinflation)** diye nitelendirirler. Yukarıdaki örnekten de anlaşılabilceği gibi, enflasyon haddinin düşmesi ile genel fiyat düzeyinin yükselmesi arasında bazen ileri sürüldüğünün tersine bir çelişki yoktur: Enflasyon haddinin düşmesi genel fiyat düzeyinin düşmesini değil, genel fiyat düzeyindeki artış haddinin düşmesini ifade eder.

İktisatçılar enflasyon (deflasyon, eksi enflasyon) tanımında yer alan *genel fiyat düzeyini* (P) ve dolayısıyla da enflasyon haddini, *fiyat endeksi* ile ölçerler. **Fiyat endeksi (price index)**, belirli bir mal sepetinin cari yıldaki fiyatıyla aynı sepetin temel yıldaki fiyatı arasındaki oranın 100 ile çarpımına eşittir.

$$\text{Fiyat Endeksi} = \frac{\text{Bir Sepetin Cari Yıldaki Fiyatı}}{\text{Aynı Sepetin Temel Yıldaki Fiyatı}} \times 100$$

Örneğin sadece ekmek ve elma üretilen hayali bir ekonomide, 2013 yılında 1000 adet ekmek ve 300 kilo elma üretildiği; ekmeğin ve elmanın fiyatının temel yıl olduğu varsayılan 1990 yılında sırasıyla 0.3 TL ve 3 TL, 2013 yılında ise sırasıyla 0.6 TL ve 4 TL olduğu varsayılırsa, 2013 yılı fiyat endeksi 150 olarak hesaplanır:

$$\text{Fiyat Endeksi}_{2013} = \frac{(1000 \times 0.6 \text{ TL}) + (300 \times 4 \text{ TL})}{(1000 \times 0.3 \text{ TL}) + (300 \times 3 \text{ TL})} \times 100 = 150$$

Hayali ekonomide için yukarıdaki gibi hesaplanan 2012 yılı fiyat endeksinin 140 olduğu kabul edilirse, 2013 yılı enflasyon haddi % 7.1 olarak hesaplanır: Hayali ekonomide 2013 yılında fiyatlar genel düzeyi % 7.1 artmıştır, $[(150 - 140)/140] \times 100 = 0.071$. Bu örnekte fiyat endeksinin 1990 temel yıl değeri tanım gereği 100'dür: $(1200 / 1200) \times 100 = 100$. Dolayısıyla da 2013 yılı fiyat endeksinin 150 olması, 1990 temel yılına kıyasla 2013 yılında fiyat düzeyinin 150 olduğu-1990 yılına kıyasla 2013 yılında fiyatların % 50 arttığı-1990-2013 döneminde, enflasyon haddinin % 50 olduğu anlamına gelir: $[(150 - 100) / 100] \times 100 = 50$.

20.1.2. GDP DEFLATÖRÜ

Her yılın genel fiyat düzeyini (P), belirli bir sepetin cari yıl ve temel yıl fiyatları-değerleri arasındaki oran olarak ölçen fiyat endeksi, ölçüme konu sepetin nasıl tanımlandığına bağlı olarak *üç farklı biçimde* hesaplanır. Ölçüme konu olan sepet, her şeyden önce ülkede üretilen *tüm nihai mallardan ve hizmetlerden* oluşan bir sepet biçiminde tanımlanabilir. Bu bağlamda bir ülkede belirli bir yılda üretilen nihai mallardan ve hizmetlerden oluşan bir mal sepetinin cari yıl fiyatları üzerinden değeri (fiyatı) *nominal GDP*'dir. Bir ülkede bir yılda üretilen nihai mallardan ve hizmetlerden oluşan bir mal sepetinin temel yıl fiyatları üzerinden değeri (fiyatı) ise *reel GDP*'ye eşittir. Dolayısıyla da fiyat endeksini ülkede üretilen *tüm nihai mallardan ve hizmetlerden* oluşan bir sepet üzerinden hesaplamak için nominal GDP'yi reel GDP'ye bölmek ve bulunan değeri 100 ile çarpmak gerekir. İktisatçılar bu tür fiyat endeksini **GDP deflatörü (GDP deflator)** diye nitelendirirler:

$$\text{GDP Deflatörü} = \frac{\text{Nominal GDP}}{\text{Reel GDP}} \times 100$$

$$\pi_{\text{DEF}} = \frac{(\text{GDP}_{\text{DEF 2011}} - \text{GDP}_{\text{DEF 2010}})}{\text{GDP}_{\text{DEF 2010}}} \times 100$$

GDP deflatörü üzerinden enflasyon haddi, GDP deflatörünü veren yukarıdaki *bölümdeki (quotient)* değişkenlerin yüzde değişimleri itibarıyla de hesaplanabilir:

$$\text{GDP Deflatöründeki \% Değişme} = \text{Nominal GDP'deki \% Değişme} - \text{Reel GDP'deki \% Değişme}$$

Bu bağlamda Türkiye'de 2012 yılında nominal GDP'deki ve (1998 yılı fiyatlarıyla hesaplanan) reel GDP'deki yüzde değişme sırasıyla % 9.1 ve

İkame Sapması	Basamak Kayması
Yeni Ürün Sapması	Talep Enflasyonu
Sürünen-Dörtlale Enflasyon	Beklenmeyen (Sürpriz) Enflasyon
Hiper Enflasyon	Fisher Denklemi
Gerçekleşen-Beklenen Enflasyon	Deflasyon
Tam Olarak Beklenen Enflasyon	Japonya Mucizesi
	Japonya Daralması

ÇALIŞMA SORULARI

1. Enflasyon, dezenflasyon ve deflasyon kavramları açıklayınız.
2. Fiyat endeksi neyi gösterir ve nasıl hesaplanır? Açıklayınız.
3. Alternatif fiyat endekslerini açıklayınız.
4. Deflatör ile tüketici fiyat endeksi arasındaki farkları açıklayınız.
5. Tüketici fiyat endeksinin enflasyonu abartmasının nedenlerini açıklayınız.
6. Sürünen-dörtlale ve hiper enflasyon benzeri kavramlarını açıklayınız. Bu bağlamda Türkiye'deki enflasyonu nasıl tanımlamak gerekir?
7. Fiili enflasyon, beklenen enflasyon ve sürpriz enflasyon kavramlarını tanımlayınız ve aralarındaki ilişkiyi açıklayınız.
8. Talep ve maliyet enflasyonu ne demektir? Açıklayınız.
9. Çekirdek enflasyon ve manşet enflasyon kavramlarını açıklayınız.
10. 2003 yılında ücretine % 40 zam yapılan ve % 35 olan enflasyon üzerinden net % 5 ücret zammı elde eden Mehmet Bey, enflasyon daha düşük olsaydı durumunun daha iyi olacağını-yaşam düzeyinde son yıllarda meydana gelen bozulmanın arkasında enflasyonun olduğunu düşünmektedir. Mehmet Bey'in bu düşüncesinin geçerliliğini değerlendiriniz.
11. Basamak kaymasını açıklayınız. Böyle bir durumun ortaya çıkmaması için neler yapılabilir?
12. Nominal ve (gerçekleşen-beklenen) reel faiz haddi kavramlarını açıklayınız.
13. Enflasyon vergisini açıklayınız.
14. Borç deflasyonu olgusunu açıklayınız.
15. Deflasyonu tanımlayınız ve 20. yüzyıl deflasyon deneyimlerini anlatınız.
16. Enflasyon, dezenflasyon ve deflasyon kavramlarını tanımlayınız.

BÖLÜM 21

EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ (3) İŞSİZLİK

21.1	İŞSİZLİĞİN ÖLÇÜLMESİ	561
21.2	İŞSİZLİK TÜRLERİ	565
21.2.1	GEÇİCİ İŞSİZLİK	565
21.2.2	YAPISAL İŞSİZLİK	566
21.2.3	DOĞAL İŞSİZLİK	567
21.2.4	DEVREVİ İŞSİZLİK	568
21.3	İŞSİZLİĞİN MALİYETİ	569
21.4	İKTİSADİ HOŞNUTSUZLUK ENDEKSİ	572
21.5	EMEK PİYASASI ve İŞSİZLİK	573
21.5.1	REKABETÇİ MODEL	574
21.5.2	NOMİNAL ÜCRET KATILIĞI ve DEVREVİ İŞSİZLİK	575
21.5.3	REEL ÜCRET KATILIĞI ve YAPISAL İŞSİZLİK	575
21.6	İŞSİZLİK-ENFLASYON İLİŞKİSİ: PHILLIPS EĞRİSİ	577
21.6.1	ORİJİNAL PHILLIPS EĞRİSİ	577
21.6.2	MODERN PHILLIPS EĞRİSİ	579
	ÖZET	582
	TEMEL KAVRAMLAR	583
	ÇALIŞMA SORULARI	584

BÖLÜM 21

EKONOMİNİN ÖLÇÜLMESİ 3: İŞSİZLİK

Bu bölümde işsizlik üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda önce *işsizliğin ölçülmesi, işsizliğin türleri ve işsizliği maliyeti* incelenecektir. Daha sonra iktisatçıların işsizliğin varlığını nasıl gerekçelendirdikleri açıklanacaktır. Bu bölümde son olarak okuyucuya işsizlikle enflasyon arasındaki ilişkiye yönelik bir analiz olan Phillips eğrisi tanıtılacaktır.

21.1 İŞSİZLİĞİN ÖLÇÜLMESİ

Bir ülkedeki toplam nüfusun kışla, hapishane ve hastane gibi yerlerde ikamet edenler dışında kalan kısmının 15 yaş üzerindeki bölümüne **kurumsal olmayan sivil nüfus (noninstitutional civilian population)** denir. Kurumsal olmayan sivil nüfus üç gruptan oluşur: **Çalışanlar (employed, E)**, işsiz olan ve iş arayanlar-**işsizler (unemployed, U)**, *işsiz olan ve iş aramayanlar*.

Kurumsal Olmayan Sivil Nüfus = Çalışanlar (E) + İşsizler (U) + İşsiz Olan ve İş Aramayanlar.

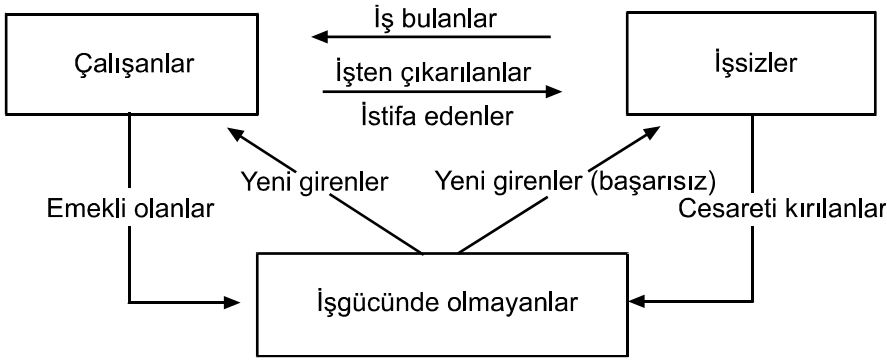
Kurumsal olmayan sivil nüfusun *çalışanlar ve işsizler* toplamından oluşan kısmı, **işgücü (labor force, L)** diye nitelendirilir: $L = E + U$. Dolayısıyla da (kurumsal olmayan) sivil nüfusun *işsiz olan ve iş aramayanlar* grubu, sivil nüfusun işgücünde olmayan kısmını temsil eder. Sivil nüfusun bu grubuna, **işgücünde olmayanlar (not in labor force)** denir:

(Kurumsal Olmayan) Sivil Nüfus = İşgücü (L) + İşgücünde Olmayanlar.

Sivil nüfusun kapsadığı çalışanlar, işsizler ve işgücünde olmayanlar arasında sürekli bir hareket vardır. Bu husus Tablo 21.1’de gösterilmiştir. Tablo 21.1’in incelenmesinden anlaşılabacağı gibi, işgücünde olmayanların bir kısmı işgücüne yeni katılırlar. Bu yeni katılımcılar (üniversiteden yeni mezun olanlar, askerden yeni dönenler) ya iş bularak çalışan konumuna veya iş bulamayarak işsiz konumuna gelirler.

Buna karşılık çalışanların bir kısmı emekli olarak işgücünde olmayanlar konumuna, bir kısmı işlerinden çıkarılarak veya işlerinden ayrılarak işsiz konumuna gelirler. İşsizlerin bir kısmı iş bularak çalışan konumuna, bir kısmı ise iş bulmaktan ümidini keserek işgücünde olmayanlar konumuna gelirler, **cesareti kırılan işçiler (discouraged workers)**.

Tablo 21.1 Kurumsal Olmayan Sivil Nüfus İçindeki Hareketler



İşgücünün sivil nüfusa oranına, **işgücü katılım haddi (labor force participation rate)** denir. İşgücü katılım haddi sivil nüfusun ne kadarının *çalışmak istediğini* yansıtır. Cesareti kırılan işsizler olgusu işgücü katılım haddinin düşmesine yol açar.

$$\text{İşgücü Katılım Haddi} = \frac{\text{İşgücü}}{\text{Sivil Nüfus}} \times 100$$

İşgücünün (çalışmak isteyen kişilerin) bir bölümünün işinin olmaması durumunu ifade eden işsizlik, **işsizlik haddi (unemployment rate, u)** ile ölçülür:

$$\text{İşsizlik Haddi (u)} = \frac{\text{İşsizler (U)}}{\text{İşgücü (L)}} \times 100$$

İşgücü (L), çalışanlar (E) ve işsizler (U) toplamından oluştuğundan ($L = E + U$), işsizlik haddi aşağıdaki gibi de tanımlanabilir:

$$\text{İşsizlik Haddi (u)} = \frac{\text{İşsizler (U)}}{\text{Çalışanlar (E) + İşsizler (U)}} \times 100$$

Emek piyasası ile ilgili bir başka kavram, istihdam (çalışma) haddidir. **İstihdam haddi (employment rate)** çalışanların sivil nüfusa oranıdır ve sivil nüfusun ne kadarının çalıştığını gösterir.

$$\text{İstihdam Haddi} = \frac{\text{Çalışanlar (E)}}{\text{Sivil Nüfus}} \times 100$$

İşsizliğin ölçülmesine ilişkin açıklamalar Tablo 21.2’de Türkiye ekonomisinin 2011 yılı ve 2012 yılı verileriyle örneklendirilmiştir. Tablo 21.2’nin incelenmesinden anlaşılabacağı gibi, sivil işgücü ve işgücünde olmayan gruplarının sivil nüfustaki payları *yaklaşık* aynıdır-*yaklaşık olarak* % 50’dir. Tabloda gösterilmemiş olmakla beraber, işgücünde olmayanlar grubunun yaklaşık % 50’si ev kadınlarından, % 14’ü öğrencilerden, % 12’si emeklilerden ve % 10’u çalışma gücüne sahip olmayanlardan ibarettir. Bu verilerden hareketle Türkiye’de kadınların eğitim düzeyi ve buna bağlı olarak çalışma potansiyeli arttıkça, istihdam haddinin de artacağı söylenebilir.

ÇALIŞMA SORULARI

1. İşgücünü tanımlayınız. İşgücü ile kurumsal olmayan sivil işgücü arasındaki farkı açıklayınız. İşgücü kurumsal olmayan sivil nüfustan büyük olabilir mi? Değerlendiriniz.
2. İşgücü katılım haddini ve işsizlik haddini tanımlayınız. İşgücü katılım haddinin yükselmesi işsizlik haddini etkiler mi? Değerlendiriniz.
3. İşsizlik haddi istatistiklerinin işsizlik haddini neden doğru bir biçimde ölçemediğini açıklayınız.
4. Geçici işsizlik ve yapısal işsizlik kavramlarını tanımlayınız. Bu kavramlarla doğal işsizlik haddi kavramı arasında nasıl bir ilişki vardır? Açıklayınız.
5. Doğal işsizlik haddi neden tam istihdam işsizlik haddi diye nitelendirilir? Açıklayınız.
6. Devrevi işsizliği tanımlayınız ve sosyal maliyetini açıklayınız.
7. Devrevi işsizliğin iktisadi maliyetini açıklayınız.
8. Rekabetçi emek piyasası modelini şekil çizerek açıklayınız ve işsizlik açısından değerlendiriniz.
9. Geçici işsizlik rekabetçi emek piyasası modeli üzerinden nasıl açıklanır? Şekil çizerek açıklayınız.
10. Yapısal işsizlik rekabetçi emek piyasası modeli üzerinden nasıl açıklanır? Şekil çizerek açıklayınız.
11. Orijinal Phillips eğrisini çizin ve değerlendiriniz.
12. Kısa ve uzun dönem Phillips eğrilerini çizin ve açıklayınız.
13. İşsizlik haddi ile enflasyon haddi arasında uzun dönemde neden bir değiş-tokuş yoktur? Şekil üzerinde açıklayınız.

BÖLÜM 22

PARASAL SİSTEM

22.1	PARANIN FONKSİYONLARI	587
22.2	PARA SİSTEMLERİ	588
22.3	PARA ARZININ UNSURLARI	590
22.4	BANKALARIN PARA YARATMASI	592
22.5	PARASAL KONTROL ARAÇLARI	596
22.6	PARA ARZININ KONTROLÜNDEKİ ZORLUKLAR	597
	ÖZET	599
	TEMEL KAVRAMLAR	600
	ÇALIŞMA SORULARI	600

BÖLÜM 22

PARASAL SİSTEM

Bu bölümde parasal sistem incelenecektir. Bu bağlamda önce *paranın fonksiyonları, para sistemleri ve para arzının tanımı* üzerinde durulacaktır. Daha sonra *bankaların para yaratması* incelenecektir. Bu bölümde son olarak *para politikası araçları* açıklanacaktır.

22.1 PARANIN FONKSİYONLARI

Kişilerin günlük konuşmalarda en sık kullandıkları iktisadi kavramlardan bir tanesi para kavramıdır. İktisadi analizde **para (money)**, *malların ve hizmetlerin satın alınmasında ve borçların geri ödenmesinde genel olarak kabul edilen şey* diye tanımlanır. Bu tanımdan anlaşılmış olacağı gibi, para servetten farklı bir kavramdır. **Servet (wealth)** değer saklama araçlarının tümüne verilen bir isimdir ve dolayısıyla da sadece parayı değil tahvil, bono, hisse senedi, ev ve arsa gibi diğer değer biriktirme araçlarını da kapsar.

Paranın *değişim aracı olmak, değer ölçüsü (hesap birimi) olmak ve değer biriktirme aracı olmak* gibi üç temel fonksiyonu vardır. Paranın **değişim aracı (medium of exchange)** olması, kişilerin ellerindeki malları önce para karşılığında satmaları ve elde ettikleri para ile de daha sonra istedikleri malları satın almaları, (örneğin buğday üreten ve ayakkabı satın almak isteyen bir çiftçinin, elindeki buğdayı önce para karşılığında satması ve daha sonra da bu para ile ayakkabı satın alması) demektir. Paranın değişim aracı olmadığı (paranın kullanılmadığı) ve dolayısıyla da değişimin *mal-para-mal* biçiminde değil de *mal-mal* biçiminde yürütüldüğü **trampa (barter)** düzeninde bir değişimin gerçekleşebilmesi için, **isteklerin çifte beraberliği (double coincidence of wants)**, örneğin

buğday verip ayakkabı satın almak isteyen çiftçinin karşısında ayakkabı satıp buğday satın almak isteyen bir başka üreticinin varlığı gerekir. Bu beraberliğin olmaması halinde değişim-ticaret gerçekleşmez. Bu yüzden de paranın değişim aracı olması, paranın ticareti (ve dolayısıyla da etkinliği ve böylece toplumsal refahı) artıran bir unsur olduğunu ifade eder.

Paranın **değer ölçüsü-hesap birimi (unit of account)** olması, uzaklığın ve ağırlığın sırasıyla metre ve kilo cinsinden ölçülmesi gibi değerlerin de para cinsinden ölçülmesi demektir. n tane mal üreten bir parasal ekonomide, her malın belirli bir fiyatı ve dolayısıyla da n tane fiyat vardır.

Buna karşılık n tane mal üreten bir trampa ekonomisinde, her malın kendi dışındaki $(n - 1)$ mal cinsinden bir fiyatı ve dolayısıyla da $n(n - 1)$ tane fiyat vardır. Ancak örneğin buğdayın ayakkabı cinsinden fiyatı ayakkabının buğday cinsinden fiyatından farklı olmadığından ve bu husus her mal için geçerli olduğundan, n mal üreten bir ekonomide aslında $n(n - 1)/2$ tane fiyat vardır. Örneğin 1000 tane mal üretilen parasal bir ekonomide 1000 tane fiyatın olmasına karşılık, 1000 tane mal üretilen trampa ekonomisinde $1000(1000 - 1)/2 = 499.500$ tane fiyat vardır. Benzer biçimde 10000 tane mal üretilen parasal bir ekonomide 10000 tane fiyatın olmasına karşılık, 10000 tane mal üretilen trampa ekonomisinde $49.995.000$ tane fiyat vardır, $10000 (10000 - 1)/2 = 49.995.000$. Dolayısıyla da değer ölçüsü olarak para, fiyat sayısını azaltan ve bu bağlamda değişimi kolaylaştıran ve böylece etkinliği artıran bir araçtır.

Paranın değer biriktirme (store of value) aracı olması, kişilerin mal ve hizmet değişimi karşılığında elde ettikleri gelirin bir kısmını hemen harcamayıp para olarak muhafaza etmek suretiyle değer biriktirmeleri demektir. Paranın değer biriktirme fonksiyonu değerlendirilirken, bu fonksiyonun paraya özgü olmadığını, kişilerin mal ve hizmet değişimi karşılığında elde ettikleri gelirin bir kısmını hemen harcamayıp tahvil, hisse senedi, ev, arsa olarak muhafaza etmek suretiyle de değer biriktirebileceklerini unutmamak gerekir. Bu hususu değer biriktirme araçlarına **varlıklar (assets)** denildiğini hesaba katarak ifade etmek gerekirse, *para (serveti oluşturan) varlıklardan sadece bir tanesidir.*

22.2 PARA SİSTEMLERİ

Kişilerin istedikleri malları istedikleri zaman satın alma imkanına sahip oldukları parasal ekonomilerde, para olarak önceleri tütün, inek, midye kabukları, çeşitli taşlar, altın ve gümüş gibi mallar kullanılmıştır. Kısaca

mal para sistemi (commodity system of money) denilen bu uygulamada, para olarak kullanılan malın *hakiki (intrinsic)* bir değeri vardır: para olarak kullanılan malın, bu mal para olarak kullanılsa bile bir piyasa değeri vardır. Örneğin para olarak altının kullanıldığı bir ortamda, sanayide ve mücevhercilikte girdi olarak kullanılan altının para olarak kullanılsa bile piyasa değeri vardır.

Mal para sisteminde bazen altın ve gümüş gibi birden fazla mal para olarak kullanılır. **İki madeni para sistemi (bimetallic system of money)** diye nitelendirilen bu uygulamada, malların hem altın para cinsinden hem de gümüş para cinsinden ifade edilen fiyatları, hükümetin tespit ettiği sabit altın-gümüş paritesi üzerinden aynıdır. Bu uygulamada hükümetin tespit ettiği sabit altın-gümüş paritesi örneğin 1 gram altın = 3 gram gümüş iken, eğer 1 metre kumaşın fiyatı 1 altın lira ise, 1 metre kumaşın fiyatı aynı zamanda 3 gümüş liradır.

İki madeni para sisteminde hükümetin tespit ettiği sabit altın-gümüş paritesi ile piyasadaki altın-gümüş paritesi (altının ve gümüşün hakiki değerleri arasındaki oran) zaman içinde farklılaştığında, iki madeni paradan bir tanesi piyasada daha değerli hale gelir ve kişiler piyasada daha değerli hale gelen madeni parayı artık para olarak kullanmazlar. Örneğin hükümetin tespit ettiği altın-gümüş paritesinin ve piyasadaki altın-gümüş paritesinin başlangıçta 1 gram altın = 3 gram gümüş olduğu bir ekonomide, daha sonra altın-gümüş piyasa paritesi (gümüş üretiminin artması ve böylece gümüş fiyatının düşmesi sonucu) 1 gram altın = 4 gram gümüş düzeyine yükselirse, altın gümüşe kıyasla piyasada daha değerli hale gelir ve kişiler piyasadaki altın liralara para olarak kullanmak yerine eriterek külçe haline getirmeyi ve 3 gram gümüşten vazgeçerek elde ettikleri her gram külçe altın karşılığında 4 gram gümüş elde etmeyi tercih ederler. Dolayısıyla da piyasada daha değerli hale gelen altını (iyi parayı) artık para olarak kullanmazlar. İki madeni para sisteminin bu ilginç özelliği, kısaca *kötü para (gümüş para) iyi parayı (altın para) kovar* diye ifade edilir ve bu hususu ilk defa tespit eden İngiliz iktisatçı Thomas Gresham'a (1519-1579) atfen **Gresham Kanunu (Gresham Law)** diye nitelendirilir.

Tarihsel olarak mal para sistemini, **kağıt para sistemi (paper system of money)** izlemiştir. Para olarak hükümetin bastığı-ihraç ettiği kağıt paranın kullanıldığı söz konusu bu ikinci sistem, iki farklı biçimde uygulanmıştır. Bunlardan birincisi, hükümetin bastığı kağıt paraları istendiğinde değerli madenlere (altın ve gümüşe) çevirmeyi taahhüt ettiği

TEMEL KAVRAMLAR

Para	M1
Servet	M2
Trampa	Para Benzerleri
Varlıklar	(Fiili) Rezervler
Mal Para Sistemi	Gerekli Rezervler
İki Madeni Para Sistemi	Gerekli Rezerv Oranı
Kağıt Para Sistemi	Fazla Rezervler
Çevrilebilir Kağıt Para	Kaydi Para-Banka Parası
İtibari Para	Mevduat-Rezerv Çarpanı
Senyoraj	Para Politikası
Para İkamesi	Açık Piyasa İşlemleri Politikası
Para Arzı	İskonto Haddi
Nakit	İskonto Haddi Politikası
	Gerekli Rezervler Politikası

ÇALIŞMA SORULARI

1. Paranın fonksiyonlarını açıklayınız.
2. Para sistemlerini açıklayınız.
3. Para arzının M1 ve M2 tanımlarını açıklayınız.
4. Gerekli rezervler ve aşırı rezervler kavramlarını tanımlayınız.
5. Bankalar nasıl para yaratırlar? Açıklayınız.
6. Mevduat çarpanını açıklayınız.
7. Açık piyasa işlemleri politikasını açıklayınız.
8. İskonto haddi politikasını ve gerekli rezervler politikasını açıklayınız.
9. Merkez bankası para arzını mükemmel bir biçimde kontrol edebilir mi? Açıklayınız.

KISIM VIII

UZUN DÖNEM MAKRO İKTİSADI

Kitabın iki bölümden oluşan bu üçüncü kısmında, *ekonominin tüm fiyatların (girdi ve mal fiyatlarının) esnek olduğu uzun dönemdeki işleyişi* incelenecektir. Bu bağlamda önce, *tüm fiyatların esnek, üretim faktörlerinin miktarlarının ise sabit olduğu **uzun dönemde (long run)** hasıla ve fiyat düzeyi nasıl belirlenir* sorusu, klasik makro model üzerinden cevaplandırılacaktır, Bölüm 23. Daha sonra *hem tüm piyasalarda fiyatların esnek olduğu, hem üretim faktörlerinin miktarlarının arttığı **çok uzun dönemde (very long run)** ekonominin nasıl büyüdüğü-iktisadi büyümenin nasıl gerçekleştiği* incelenecektir, Bölüm 24.

BÖLÜM 23

UZUN DÖNEMDE HASILA VE FİYAT DÜZEYİ KLASİK MAKRO MODEL

23.1	KLASİK MODELİN YAPISI	605
23.2	TOPLAM ÜRETİM FONKSİYONU	606
23.3	EMEK PİYASASI	607
23.4	POTANSİYEL HASILA	610
23.5	MAL PİYASASINDA DENGİ KOŞULU	611
23.6	ÖDÜNÇ VERİLEBİLİR FONLAR PİYASASI	613
23.7	MALİYE POLİTİKASI, GÜVENİN ARTMASI ve SERMAYE KAÇIŞLARI	616
23.7.1	MALİYE POLİTİKASI	616
23.7.2	GÜVENİN ARTMASI	618
23.7.3	SERMAYE KAÇIŞLARI	619
23.8	PARA-FİYAT İLİŞKİSİ: MİKTAR TEORİSİ	621
	ÖZET	624
	TEMEL KAVRAMLAR	624
	ÇALIŞMA SORULARI	625

BÖLÜM 23

UZUN DÖNEMDE HASILA ve FİYAT DÜZEYİ: KLASİK MAKRO MODEL

Bu bölümde fiyatların esnek olduğu varsayımı üzerine inşa edilen ve dolayısıyla da ekonominin uzun dönemdeki işleyişini yansıtan klasik model, üretim faktörlerinin miktarlarının değişmediği varsayımı altında incelenecektir. Bu bağlamda önce *toplam üretim fonksiyonu* ve *emek piyasası* üzerinde durulacaktır. Bunu mal piyasasına ve ödünç verilebilir fonlar piyasasına (sermaye piyasasına) yönelik açıklamalar izleyecektir. Daha sonra geliştirilen modelin maliye politikası, ekonomide iyimserliğin artması ve sermaye kaçıışı açısından sonuçları incelenecektir. Bu bölümde son olarak (*paranın*) *miktar teorisine* açıklanacaktır.

23.1 KLASİK MODELİN YAPISI

Keynes 1936 yılında yayınlanan *İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi* (*Genel Teori*) başlıklı eserinde, piyasa mekanizmasının kendiliğinden tam istihdamı sağladığını savunan kendisinden önceki hakim görüşü, **klasik model** diye nitelendirmiştir. Ondokuzuncu yüzyılda ve yirminci yüzyılın başlarında geliştirilen ve ekonominin uzun dönemdeki işleyişini açıklayan klasik model, üç yapısal varsayım üzerine inşa edilmiştir. Bunlardan birincisi, işalemi sektörünün (firmaların) ve hanehalkı sektörünün (kişilerin) sırasıyla kâr ve fayda maksimizasyonunu amaçlamak anlamında rasyonel oldukları kabulüdür: **Rasyonellik varsayımı**. İkincisi firmaların ve kişilerin kâr ve fayda maksimizasyonunu parasal değişkenler üzerinden değil reel değişkenler üzerinden gerçekleştirdikleri (örneğin kâr maksimizasyonunu amaçlayan firmaların ne kadar işçi çalıştıracaklarına karar verirken nominal ücreti değil, reel ücreti hesaba kattıkları) yolundaki kabuldür: **Para hayalinin olmadığı varsayımı**. Klasik modelin yapısını tanımlayan üçüncü varsayım, tüm piyasalarda fiyatların esnek olduğu (ve buna bağlı olarak tüm piyasalarda işlemlerin arz ve talebin eşitlendiği denge fiyatı üzerinden yapıldığı) hususudur: **Fiyatların esnek olduğu (piyasaların sürekli temizlendiği) varsayımı**.

23.2 TOPLAM ÜRETİM FONKSİYONU

Klasik modeli oluşturan ana unsurlardan bir tanesi, *toplam (bütüncül) üretim fonksiyonu* kavramıdır. **Toplam (bütüncül) üretim fonksiyonu (aggregate production function)** bir ekonomideki *n* sayıda firma tarafından, üretim teknolojisi veri iken, belirli bir dönemde (örneğin bir yılda) belirli miktarda girdiler kullanılarak üretilen (maksimum) çıktı miktarını gösterir. Toplam üretim fonksiyonu klasik modelde aşağıdaki biçimde ifade edilir:

$$Y = F (K, L) \quad (23.1)$$

23.1 no.lu denklemdeki *Y* terimi, ekonomideki *n* sayıda firma tarafından üretim teknolojisi veri iken belirli bir dönemde üretilen maksimum çıktı miktarını gösterir. Denklemin sağ tarafında yer alan *K* ve *L* terimleri ise, ekonomideki *n* sayıda firma tarafından belirli bir dönemde *kullanılan* sermaye miktarını ve emek miktarını gösterir. 9.1 no.lu bütüncül üretim fonksiyonuna göre, bir ekonomide üretim teknolojisi veri iken belirli bir dönemde üretilen (maksimum) toplam çıktı miktarı, üretim sürecinde kullanılan toplam sermaye ve emek miktarlarına bağlıdır.

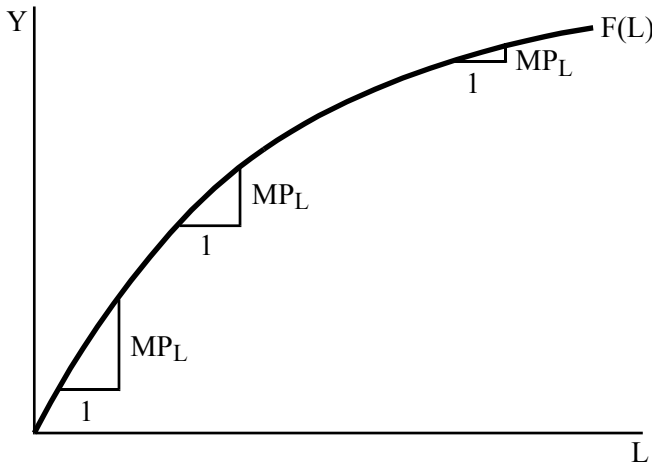
Klasik modelde firmaların sahip oldukları sermaye girdisinin miktarının analiz döneminde sabit olduğu ve firmaların sahip oldukları veri sermaye girdisini tam olarak kullandıkları varsayılır. Dolayısıyla bir ekonomide belirli bir dönemde veri üretim teknolojisi üzerinden üretilen (maksimum) çıktı miktarı, üretim sürecinde kullanılan emek miktarına bağlıdır.

$$Y = F(L) \quad (23.2)$$

Klasik modeldeki toplam üretim fonksiyonu, Şekil 23.1’de gösterilmiştir. Dikey ve yatay eksenlerde sırasıyla bir ekonomide (belirli bir dönemde) üretilen (maksimum) çıktı miktarının ve üretim sürecinde kullanılan emek miktarının yer aldığı Şekil 23.1’deki toplam üretim fonksiyonu pozitif eğimlidir. Bu husus üretim sürecinde kullanılan emek miktarı artınca toplam çıktının da arttığını ve dolayısıyla da *emeğin marjinal ürününün (ilave birim emeğin üretime katkısının)* pozitif olduğunu yansıtır.

Diğer taraftan Şekil 23.1'deki pozitif eğimli toplam üretim fonksiyonu, giderek yatıklaşır-giderek yatay eksene doğru kıvrılır. Bu husus emek miktarı arttıkça ilave birim emeğin üretime katkının (emeğin marjinal ürününün) azaldığını belirtir. Şekil 23.1'de Firmaların üretim faaliyetlerinin **azalan marjinal verimler kanununa (law of decreasing marginal returns)** tabi olmasının nedeni, sermaye girdisinin miktarı veri iken çalışan işçi sayısı arttıkça işçi başına sermaye miktarının (K/L) azalmasıdır.

Şekil 23.1 Toplam Üretim Fonksiyonu: $Y = F(L)$



23.3 EMEK PİYASASI

Emek arzının ve emek talebinin karşılaştığı emek piyasasının bir tarafında emek talep eden firmalar, diğer tarafında emek arz eden işçiler vardır. Klasik modelde kâr maksimizasyonunu amaçlayan firmaların emek talebi (L_D) reel ücret (W/P) ile ters yönde değişir: Klasik modelde reel ücret (W/P) azalınca emek talebi (L_D) artar veya tam tersine reel ücret (W/P) artınca emek talebi (L_D) azalır.

$$L_D = L_D(W/P) \quad (23.3)$$

$$(W/P) \downarrow \rightarrow L_D \uparrow, (W/P) \uparrow \rightarrow L_D \downarrow$$

BÖLÜM 24

İKTİSADİ BÜYÜME

24.1	İKTİSADİ BÜYÜMENİN YENİDEN TANIMI	629
24.2	DÜNYA BÜYÜME VERİLERİ	632
24.3	ÜLKELERİN BÜYÜME VERİLERİ	636
24.4	İKTİSADİ BÜYÜMENİN (YAKLAŞIK) BELİRLEYİCİLERİ: SOLOW BÜYÜME MODELİ	638
24.5	İKTİSADİ BÜYÜMENİN TEMEL BELİRLEYİCİLERİ	645
24.5.1	COĞRAFYA	645
24.5.2	KÜLTÜR	646
24.5.3	TİCARET-ENTEGRASYON	648
24.5.4	KURUMLAR	649
24.6	BÜYÜME MUHASEBESİ	651
	ÖZET	652
	TEMEL KAVRAMLAR	653
	ÇALIŞMA SORULARI	653

BÖLÜM 24

İKTİSADİ BÜYÜME

Bu bölümde iktisadi büyüme olgusu incelenecektir. Bu bağlamda önce büyüme olgusu yeniden tanımlanacak ve büyüme verileri incelenecektir. Bunu büyümeyi etkileyen unsurlara ilişkin açıklamalar izleyecektir. Bu bölümde son olarak büyüme muhasebesi açıklanacaktır.

24.1 İKTİSADİ BÜYÜMENİN YENİDEN TANIMI

Bölüm 1’de (s.13) iktisadi büyüme olgusu *reel GDP’nin zaman içinde sürekli artması* biçiminde tanımlanmış ve büyümenin yaşam standardını sürekli yükseltmenin tek yolu olduğu ifade edilmişti. Ancak bir ülkede *reel GDP’nin zaman içinde sürekli artması*, o ülkede yaşam standardının sürekli yükselmesini aslında garanti etmez. Zira reel GDP’nin zaman içinde sürekli arttığı bir ülkede eğer reel GDP büyüme hızı nüfus büyüme hızından küçük olursa (örneğin reel GDP ve nüfus büyüme hızları sırasıyla % 1 ve % 2 olursa), fert başına hasıla artmak yerine azalır ve böylece yaşam standardı iyileşmek yerine kötüleşir. Benzer biçimde reel GDP’nin zaman içinde sürekli arttığı bir ülkede eğer reel GDP büyüme hızı nüfus büyüme hızına eşit olursa (reel GDP ve nüfus büyüme hızları sırasıyla % 1 ve % 1 olursa), fert başına hasıla değişmez ve böylece yaşam standardı sabit kalır.

Dolayısıyla *yaşam standardı kriteri* açısından bakıldığında, **iktisadi büyüme (economic growth)** olgusunu. *fert başına reel GDP’nin (fert başına hasılanın) zaman içinde sürekli artması* biçiminde tanımlamak gerekir. Bu bağlamda iktisadi büyüme, fert başına hasıla ortalama büyüme hızı-fert başına hasıla uzun dönem büyüme hızı (g) ile ölçülür.

Örneğin Türkiye’de 1960 ve 2005 yıllarında satın alma gücü paritesi döviz kuru üzerinden hesaplanan fert başına hasıla sırasıyla 2519 \$ ve 7950 \$’dır. Satın alma gücü paritesi üzerinden fert başına hasılanın (fert başına üretilen mal miktarının) 1960-2005 döneminde 3.15 kat artmış olduğunu yansıtan bu veriler aşağıdaki formülde yerine konursa, Türkiye ekonomisinin söz konusu dönemdeki (1960 yılını izleyen 45 yıldaki, 2005 - 1960 = 45, n = 45) ortalama-uzun dönem büyüme hızı $g = \% 3.9$ olarak hesaplanır:

$$g = \left(\frac{7950}{2519} \right)^{1/45} - 1$$

$$g = (3.156)^{1/45} - 1 = (3.156)^{0.0222} - 1 = (1.039) - 1 = 0.039$$

Dolayısıyla da Türkiye’de 1960-2005 döneminde fert başına hasıla her 18 yılda bir iki misli olmuştur, $70/3.9 = 18$.

Fert başına reel GDP reel GDP’nin nüfusa oranına eşit olduğundan, bir ülkedeki reel GDP’nin dünya ölçeğinde nispi olarak büyük olması, o ülkede fert başına GDP’nin ve dolayısıyla da refahın yüksek olmasını içermez. Zira böyle bir durumda eğer ülkenin nüfusu da dünya ölçeğinde nispi olarak büyük ise, ülke fert başına reel GDP itibariyle fakir bir ülke konumunda olabilir. Örneğin Çin ve Hindistan hasıla kriteri-dünya hasılasındaki pay kriteri açısından dünyanın en büyük ikinci ve dördüncü ekonomisi oldukları halde, fert başına hasıla kriteri açısından fakir ülkelerdir.

Benzer bir biçimde bir ülkedeki reel GDP’nin dünya ölçeğinde nispi olarak küçük olması o ülkede fert başına reel GDP’nin ve dolayısıyla da refahın düşük olmasını içermez. Zira böyle bir durumda eğer ülkenin nüfusu da dünya ölçeğinde nispi olarak küçük ise, ülke fert başına hasıla itibariyle zengin bir ülke konumunda olabilir. Örneğin Lüksemburg hasıla kriteri (dünya hasılasındaki pay kriteri) açısından dünyanın çok küçük bir ülkesi olduğu halde, fert başına hasıla kriteri açısından dünyanın en zengin ülkesidir.

Dolayısıyla da reel GDP veya kısaca hasıla açısından *büyük ülke* olmak ve fert başına hasıla açısından *zengin ülke* olmak farklı olgulardır. İktisadi büyümenin amacı, fakir bir ülkeyi büyük bir ülke konumuna değil, zengin bir ülke konumuna getirmektir.

Tablo 24.1 En Büyük 20 Ülkede Reel Hasıla, Fert Başına Reel Hasıla ve Nüfus (1998)

(1) Ülke	(2) Hasıla (Milyar \$)	(3) Fert Başına Hasıla	(4) Nüfus (Milyon)	(5) Dünya Hasılasındaki Pay (%)	(6) Dünya Nüfusundaki Pay (%)
ABD	7 395	27 331	270	21.9	4.6
Çin	3 873	3 117	1 242	11.5	21.0
Japonya	2 581	20 410	126	7.7	2.1
Hindistan	1 702	1 746	975	5.0	16.5
Almanya	1 460	17 799	82	4.3	1.4
Fransa	1 150	20 558	59	3.4	1.0
İngiltere	1 108	18 714	59	3.3	1.0
İtalya	1 022	17 759	57	3.0	1.0
Brezilya	930	5 459	170	2.7	2.9
Rusya	664	4 523	147	2.0	2.5
Meksika	655	6 655	99	1.9	1.7
Endonezya	627	3 070	205	1.9	3.5
Kanada	622	20 559	30	1.8	0.5
Güney Kore	564	12 152	46	1.7	0.8
İspanya	560	14 227	40	1.7	0.7
Türkiye	423	6 552	65	1.3	1.1
Avustralya	382	20 390	20	1.1	0.3
Tayland	372	6 205	60	1.1	1.0
Arjantin	334	9 220	36	1.0	0.6
Tayvan	327	15 012	22	1.0	0.4
Toplam	26 755	Ort.7 023	3 809	79.3	64.5
Dünya	33 725	Ort.5 709	5 907	100.0	100.0

Kaynak: Maddison 2006, Tablo 3-6.

654 KISIM VIII: Uzun Dönem Makro İktisadı

2. Dünya büyüme deneyimini 0-1820 ve 1820 sonrası itibariyle açıklayınız.
3. Büyük ıraksamayı açıklayınız.
4. Büyüme mucizesi ve büyüme felaketi kavramlarını açıklayınız ve örneklendiriniz.
5. *Solow modelinde sadece sermaye girdisindeki artışa dayalı bir büyüme mümkün değildir.* Bu ifadeyi şekil çizerek açıklayınız.
6. Büyüme muhasebesini açıklayınız.
7. Büyümenin temel belirleyicilerinden coğrafyayı açıklayınız.
8. Büyümenin temel belirleyicilerinden kültürü açıklayınız.
9. Büyümenin temel belirleyicilerinden dış ticareti açıklayınız.
10. Büyümenin temel belirleyicilerinden kurumları açıklayınız.

KISIM IX

KISA DÖNEM MAKRO İKTİSADI: İKTİSADİ DALGALANMALAR

Kitabın beş bölümden oluşan bu dördüncü kısmında *fiyatların sabit olduğu kısa dönemde* ortaya çıkan bir olgu olan iktisadi dalgalanmalar üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda önce *fiyat düzeyinin ve faiz haddinin sabit olduğu kapalı bir ekonomide hasıla düzeyinin nasıl belirlendiği* incelenecektir: Bölüm 25, *basit Keynesyen model*. Sonra *fiyat düzeyinin yine sabit, faiz haddinin ise artık değişken olduğu kapalı bir ekonomide hasıla düzeyinin nasıl belirlendiği* araştırılacaktır: Bölüm 26, *IS-LM modeli*. Daha sonra *kapalı bir ekonomide hasıla düzeyi ve fiyat düzeyi nasıl belirlenir* sorusu cevaplandırılacaktır: Bölüm 27, *AD-AS modeli*. Bunu *merkez bankasının faiz haddini hedeflediği kapalı bir ekonomide hasıla düzeyi ve enflasyon haddi nasıl belirlenir* sorusuna odaklanan *Taylor-Romer modeline-üç denklem modeline* ilişkin açıklamalar izleyecektir: Bölüm 28. Bu kısmın ve kitabın son bölümünde, *ödemeler dengesi, döviz kuru ve açık ekonomide iktisat politikası* konuları incelenecektir: Bölüm 29.

BÖLÜM 25

PLANLANAN HARCAMA VE MAL PİYASASINDA DENGİ

25.1	KEYNESYEN MODELİN YAPISI.....	659
25.2	PLANLANAN TOPLAM HARCAMA.....	660
25.2.1	TÜKETİM FONKSİYONU.....	661
25.2.2	PLANLANAN YATIRIM.....	672
25.2.3	HÜKÜMET ALIMLARI.....	674
25.2.4	TOPLAM PLANLANAN HARCAMA ŞEDÜLÜ.....	675
25.3	MAL PİYASASINDA DENGİ KOŞULU: $AE = Y$	678
25.4	ALTERNATİF DENGİ KOŞULU.....	681
25.5	MAL PİYASASINDA DENGİNİN SAĞLANMASI.....	684
25.6	MAL PİYASASINDA DENGİNİN DEĞİŞMESİ: ÇARPAN.....	686
25.6.1	HARCAMA ÇARPANI.....	687
25.6.2	TRANSFER ÖDEMELERİ ÇARPANI.....	691
25.6.3	VERGİ ÇARPANI.....	692
25.7	DENK BÜTÇE ÇARPANI.....	694
25.8	TASARRUF PARADOKSU.....	695
	ÖZET.....	696
	TEMEL KAVRAMLAR.....	698
	ÇALIŞMA SORULARI.....	698

BÖLÜM 25

PLANLANAN HARCAMA ve MAL PİYASASINDA DENGİ

Fiyat düzeyinin sabit olduğu bir ekonomide mal piyasasında dengenin nasıl sağlandığını (reel GDP'nin planlanan toplam harcama tarafından nasıl belirlendiğini) açıklayan analize, **Keynesyen model (Keynesian model)** denir. Bu bölümde Keynesyen modelin *nominal faiz haddinin sabit olduğu* ($i = i_1$) varsayımı üzerine inşa edilen basit versiyonu-basit *Keynesyen model* incelenecektir. Keynes'in Genel Teoride ileri sürdüğü görüşlerin özünü yansıtan basit Keynesyen modelin nominal faiz haddinin sabit olduğu yolundaki varsayımı izleyen bölümde terk edilecektir.

Keynesyen modele ilişkin olarak bu bölümdeki açıklamalarda, dış ticaretin olmadığı-ekonominin kapalı olduğu kabul edilecek ve bu yaklaşım kitabın yirmi dokuzuncu ve son bölümüne kadar sürdürülecektir.

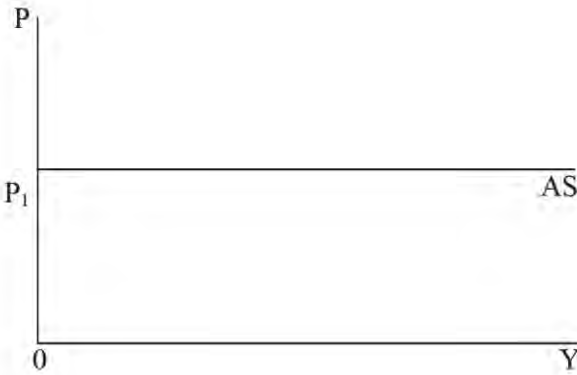
Bu bölümde önce Keynesyen modelin yapısı üzerinde durulacaktır. Sonra planlanan toplam harcama incelenecektir. Daha sonra mal piyasasında dengenin nasıl sağlandığı açıklanacaktır. Bunu çarpan ve tasarruf paradoksu analizleri izleyecektir. Bu bölümde son olarak basit Keynesyen modelin istikrar politikası açısından sonuçları açıklanacak-çıktı açıklarının maliye politikası vasıtasıyla kapatılması incelenecektir.

25.1. KEYNESYEN MODELİN YAPISI

Bu bölümde basit versiyonu incelenecek olan Keynesyen model temel bir varsayım üzerine inşa edilmiştir. Keynesyen modelin yapısını belirleyen bu temel varsayım, genel fiyat düzeyinin analiz döneminde sabit olduğu hususudur: $P = P_1$. Keynesyen modelin söz konusu yapısal varsayımı göre, alıcılar tarafından satın alınmak istenen (talep edilen) her düzeydeki hasıla, firmalar tarafından sabit bir fiyat (P_1) üzerinden üretilir: Alıcılar tarafından satın alınmak istenen hasıla 100 milyar TL ise, firmalar 100

milyar TL değerinde malı P_1 fiyatından üretirler. Dolayısıyla da Keynesyen modelde hasıla düzeyini belirleyen unsur, harcama-talep düzeyidir. Bir ekonomide firmalar tarafından alternatif fiyat düzeylerinde üretilmek istenen hasıla düzeyini temsil eden eğriye *toplam arz eğrisi* denildiği hesaba katılırsa, Keynesyen modeldeki AS toplam arz eğrisi Şekil 25.1'deki gibi (önceden belirlenen P_1 fiyat düzeyi üzerinden) sonsuz esnek (yatay eksene paralel) bir doğrudur.

Şekil 25.1. Keynesyen Modelde Toplam Arz Eğrisi



Keynesyen modelin fiyat düzeyinin sabit olduğu yolundaki yapısal varsayımı aslında 1929 yılında ABD’de patlak veren ve daha sonra Avrupa’ya yayılan büyük krizdir. Zira büyük kriz ortamında ABD’de ve Avrupa’da tüketicilerin ve firmaların harcamalarında önemli düzeyde bir azalma meydana gelmiş ve harcamadaki bu azalma karşısında firmalar ürettikleri mal miktarını azalan harcama ile uyumlu olacak biçimde azaltmışlardır. Böyle bir ortamda sahip oldukları üretim kapasitesi tam olarak kullanamayan firmaların harcama düzeyi artınca ürettikleri mal miktarını (harcama düzeyi artmadan önceki) fiyat düzeyini değiştirmeden karşılayacaklarını kabul etmek oldukça makul bir yaklaşımdır.

25.2 PLANLANAN TOPLAM HARCAMA

Bir ekonomide tüm sektörler tarafından satın alınmak istenen reel GDP’ye, **planlanan toplam harcama (planned aggregate expenditure,**

AE) denir. Dış ticaretin olmadığı kapalı bir ekonomide toplam planlanan harcama, *planlanan tüketim* (tüketiciler tarafından satın alınmak istenen reel GDP, C_p), *planlanan yatırım* (firmalar tarafından satın alınmak istenen reel GDP, I_p) ve *planlanan hükümet alımları* (hükümet tarafından satın alınmak istenen reel GDP, G_p) ve planlanan net ihracat (dış âlem tarafından net olarak satın alınmak istenen reel GDP, XN_p) toplamına eşittir.

$$AE = C_p + I_p + G_p \quad (25.1)$$

Keynesyen modelde iş alemi sektörü dışındaki sektörlerin planlanan ve gerçekleşen harcamaları arasında bir fark olmadığı; planlanan tüketimin gerçekleşen tüketime, planlanan hükümet alımlarının gerçekleşen hükümet alımlarına eşit olduğu kabul edilir. Bu husus hesaba katıldığında kapalı bir ekonomide toplam planlanan harcama, gerçekleşen tüketim (tüketiciler tarafından satın alınan reel GDP, C), planlanan yatırım (firmalar tarafından satın alınmak istenen reel GDP, I_p) ve gerçekleşen hükümet alımlarının (hükümet tarafından satın alınan reel GDP, G), toplamından ibarettir.

$$AE = C + I_p + G \quad (25.2)$$

25.2.1 TÜKETİM FONKSİYONU

Keynesyen modelde tüketiciler tarafından (satın alınmak istenen ve) satın alınan reel GDP'yi veya kısaca tüketimi belirleyen en önemli unsur, harcanabilir kişisel reel gelirdir. Bu bağlamda harcanabilir kişisel reel gelir değişince tüketimin de değiştiği kabul edilir:

$$C = C(DPI) \quad (25.3)$$

Keynesyen modelde tüketimdeki değişimin harcanabilir kişisel gelirdeki değişmeye oranına, **marjinal tüketim eğilimi (marjinal propensity to consume, c)** denir:

BÖLÜM 26

MAL VE PARA PİYASALARINDA DENGİ IS-LM MODELİ

26.1	FAİZ HADDİ ve PLANLANAN YATIRIM	703
26.2	FAİZ HADDİ, PLANLANAN HARCAMA ve MAL PİYASASINDA DENGİ: IS EĞRİSİ	709
26.2.1	IS EĞRİSİNİN TÜRETİLMESİ	709
26.2.2	IS EĞRİSİNİN KONUMU (KAYMASI)	711
26.3	PARA TALEBİ, PARA ARZI ve DENGİ FAİZ HADDİ	713
26.4	HASILA, PARA TALEBİ ve FAİZ HADDİ: LM EĞRİSİ	718
26.4.1	LM EĞRİSİNİN TÜRETİLMESİ	718
26.4.2	LM EĞRİSİNİN KONUMU (KAYMASI)	719
26.5	MAL-PARA PİYASALARINDA EŞANLI DENGİ: IS-LM MODELİ	721
26.6	EŞANLI DENGİNİN DEĞİŞMESİ: PARA POLİTİKASI	722
26.7	EŞANLI DENGİNİN DEĞİŞMESİ: MALİYE POLİTİKASI	723
26.8	POLİTİKA KARMASI	727
26.9	POLİTİKA SEÇİMİ	729
	ÖZET	730
	TEMEL KAVRAMLAR	733
	ÇALIŞMA SORULARI	733

BÖLÜM 26

MAL ve PARA PİYASALARINDA DENGİ: IS-LM MODELİ

Bu bölümde önceki bölümde incelenen basit Keynesyen modelde benimsenen faiz haddinin sabit olduğu yolundaki varsayımı terk edilerek, fiyat düzeyinin sabit olduğu ($P = P_1$) kapalı bir ekonomide hasıla düzeyinin nasıl belirlendiği incelenecektir. Basit Keynesyen modeli para piyasasını kapsayacak biçimde genişleten böyle bir analiz günümüzde *IS-LM modeli* diye nitelendirilir.

Bu bölümde önce mal piyasasındaki ve para piyasasındaki denge durumlarını yansıtan *IS eğrisi* ve *LM eğrisi* türetilcek ve değerlendirilecektir. Bunu para politikasına ve maliye politikasına yönelik açıklamalar izleyecektir. Bu bölümde son olarak politika karması ve politika seçimi analizleri üzerinde durulacaktır.

26.1 FAİZ HADDİ ve PLANLANAN YATIRIM

Planlanan toplam harcamayı oluşturan unsurlardan biri olan planlanan yatırımı (firmalar tarafından satın alınmak istenen reel GDP'yi) etkileyen en önemli unsur, *faiz haddidir*. Bu bağlamda planlanan yatırımın faiz haddi ile ters yönlü değişir, faiz haddi yükselince planlanan yatırımın azalır veya faiz haddi düşünce planlanan yatırım artar.

$$I_P = I_P(\text{faiz haddi}); \text{faiz haddi} \uparrow \rightarrow I_P \downarrow, \text{faiz haddi} \downarrow \rightarrow I_P \uparrow$$

Diğer taraftan Bölüm 7'de açıklandığı gibi bir ekonomide nominal faiz haddi (i), gerçekleşen reel faiz haddi (r) ve beklenen reel faiz haddi gibi üç tür faiz haddi vardır. Bu bağlamda bir firma portföyündeki (kasasındaki) bir yatırım projesini değerlendirirken, aslında o projenin beklenen reel getirisi ile beklenen reel faiz haddini karşılaştırır.

Dolayısıyla da planlanan yatırım ile faiz haddi arasındaki ters yönlü ilişkiyi, I_P planlanan yatırımın beklenen reel faiz haddinin ters yönlü bir fonksiyonu olduğu biçiminde anlamak gerekir.

$$I_P = I_P(r^e), \quad I_P = I_P(i - \pi^e), \quad (r^e = i - \pi^e) \uparrow \rightarrow I_P \downarrow, \quad (r^e = i - \pi^e) \downarrow \rightarrow I_P \uparrow$$

Ancak önceki bölümde incelenen basit Keynesyen model gibi bu bölümde incelenecek olan IS - LM modeli de (bu bölümde incelenecek olan genişletilmiş Keynesyen model de-paranın dahil edildiği Keynesyen model de) P genel fiyat düzeyinin sabit olduğu-değişmediği varsayımı üzerine inşa edilmiştir. Genel fiyat düzeyinin değişmediği ($P = P_1$) bir ortamda, beklenen enflasyon haddi sıfıra ve dolayısıyla da beklenen faiz haddi nominal faiz haddine eşittir: $r^e = i - \pi^e$, $\pi = \pi^e = 0$, $r^e = i$. Bu husus hesaba katıldığında, IS-LM modelinde planlanan yatırım nominal faiz haddinin ters yönlü bir fonksiyonudur.

$$I_P = I_P(r^e), \quad r^e = i, \quad I_P = I_P(i), \quad i \uparrow \rightarrow I_P \downarrow, \quad i \downarrow \rightarrow I_P \uparrow$$

Faiz haddi ile planlanan yatırım arasında ters yönlü ilişki olmasının nedeni, faiz haddi düşünce yatırımın maliyetinin düşmesi ve dolayısıyla da *ceteris paribus* yatırımın kârlılığının artmasıdır. Bu husus bir firmanın A, B, C, D, E, F, G ve H gibi sekiz yatırım projesine sahip olduğunun kabul edildiği Tablo 26.1'deki rakamsal örnek üzerinden açıklanabilir.

Tablo 26.1'in (3) no.lu sütununda firmanın portföyündeki her yatırım projesinin yıllık getirisi-her yatırım projesine tahsis edilecek 1 milyon TL'den firmanın her yıl ne kadar kazanç-getiri elde edeceği gösterilmiştir. Bu değerlerin 1 milyon TL'ye bölünmesi suretiyle hesaplanan getiri hadleri (250 bin TL/1 milyon TL = % 25, 220 bin TL/1 milyon TL = % 22 gibi), tablonun (3) no.lu sütununda parantez içinde ifade edilmiştir. Tablonun (4) no.lu sütununda ise, her yatırım projesine tahsis edilecek 1 milyon TL'nin % 5 ve % 10 gibi iki alternatif faiz haddi üzerinden finansman maliyeti gösterilmiştir. Ve nihayet tablonun (5) no.lu son sütununda, her projeye tahsis edilen 1 milyon TL'nin (4) no.lu sütundaki alternatif faiz hadleri üzerinden sağladığı net kâr değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 26.1 Faiz Haddi İle Planlanan Yatırımın Arasındaki İlişki

(1)	(2)	(3)	(4)		(5)	
Proje	Projenin Değeri (Milyon TL)	Yatırılan 1 Milyon TL'nin Getirisi	Yatırılan 1 Milyon TL'nin Maliyeti		Yatırılan 1 Milyar TL'den Elde Edilen Kâr	
			% 5	% 10	% 5	% 10
A	1	250 (% 25)	50	100	200	150
B	4	220 (% 22)	50	100	170	120
C	10	160 (% 16)	50	100	110	60
D	10	130 (% 13)	50	100	80	30
E	5	110 (% 11)	50	100	60	10
F	15	90 (% 9)	50	100	40	-10
G	10	60 (% 6)	50	100	10	-40
H	20	40 (% 4)	50	100	-10	-60

edilecek 1 milyon TL'nin % 5 ve % 10 gibi iki alternatif faiz haddi üzerinden finansman maliyeti gösterilmiştir. Ve nihayet tablonun (5) no.lu son sütununda, her projeye tahsis edilen 1 milyon TL'nin (4) no.lu sütundaki alternatif faiz hadleri üzerinden sağladığı net kâr değerlerine yer verilmiştir.

Tablonun incelenmesinden anlaşılacağı üzere, faiz haddi % 5 iken H projesi dışındaki tüm projeler pozitif bir kâr sağlarlar ve dolayısıyla da firma H projesi dışındaki tüm yatırım projeleri gerçekleştirir. Bu durumda toplam yatırım harcaması 55 milyon TL'dir. Buna karşılık faiz haddi % 10 iken H projesi yanında F ve G projeleri de pozitif kâr sağlamazlar ve dolayısıyla da firma H projesi yanında F ve G projelerini de gerçekleştirmez. Faiz haddinin daha yüksek (% 5 yerine % 10) olduğu bu alternatif durumda yatırım tutarı 30 milyon TL'dir: Tablo 12.1'de faiz haddi yükselince firmaların gerçekleştirmek istedikleri yatırım projesi sayısı azalmış ve böylece yatırım harcaması-planlanan yatırım 55 milyon TL'den 30 milyon TL'ye düşmüştür, faiz haddi yükselince planlanan yatırım azalmıştır.

Tablo 26.1'deki rakamsal analiz Şekil 12.1'de grafiksel olarak gösterilmiştir. Dikey eksen nominal faiz haddinin (i) ve yatırım projelerinin getiri hadlerinin, yatay eksen ise yatırım harcamasının yer aldığı Şekil

BÖLÜM 27

TOPLAM TALEP VE TOPLAM ARZ MAKRO DENGİ

27.1	TOPLAM TALEP	738
27.1.1	TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN TÜRETİLMESİ.....	738
27.1.2	TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN KONUMU (KAYMASI)	739
27.2	TOPLAM ARZ	743
27.3	KISA DÖNEM MAKRO DENGİ	747
27.4	UZUN DÖNEM MAKRO DENGİ	749
27.5	İKTİSAT POLİTİKASI ve UZUN DÖNEM MAKRO DENGİ	752
27.6	FİNANSAL KRİZ (2008-2010) ve AD-AS MODELİ	756
27.6.1	FİNANSAL KRİZ	756
27.6.2	FİNANSAL KRİZ ve AD-AS MODELİ	759
27.7	İKTİSAT POLİTİKASI: BİR DEĞERLENDİRME	760
27.7.1	DURGUNLUK ve İKTİSAT POLİTİKASI	760
27.7.2	GENİŞLETİCİ POLİTİKALARIN KISA DÖNEM ve UZUN DÖNEM ETKİLERİ	763
	ÖZET	766
	TEMEL KAVRAMLAR	768
	ÇALIŞMA SORULARI	768
	BÖLÜM 27 EK 1: KISA ve UZUN DÖNEM FAİZ HADLERİNİN BAĞDAŞTIRILMASI	768

BÖLÜM 27

TOPLAM TALEP VE TOPLAM ARZ: MAKRO DENGE

Bu bölümde toplam talep-toplam arz modeli (basit Keynesyen model ve IS-LM modeli gibi) kapalı ekonomi varsayımı altında incelenecektir. Bu bağlamda önce, IS-LM modelinin fiyat düzeyinin sabit olduğu yolundaki varsayımı terk edilerek türetilen ve aslında IS-LM modelinin bir özetinden ibaret olan *toplam talep eğrisi* incelenecektir. Sonra okuyucuya kısa dönem toplam arz eğrisi ve uzun dönem toplam arz eğrisi tanıtılacaktır. Daha sonra toplam talep ve toplam arz eğrilerinin birlikte kullanıldığı kısa dönem makro denge ve uzun dönem makro denge analizleri açıklanacaktır. Bu bölümde toplam talep-toplam arz modelinden çıkan sonuçlar iktisat politikası açısından değerlendirilecektir.

Bu bölümde incelenecek olan toplam arz-toplam talep modelinde beklenen enflasyon haddinin çok düşük olduğu veya beklenen enflasyon haddinin istikrarlı olduğu-zaman içinde değişmediği varsayılacaktır. Bu alternatif varsayımlardan birincisi beklenen reel faiz haddinin nominal faiz haddine yaklaşık olarak eşit olmasını sağlar ve böylece yatırımın nominal faiz haddinin ters yönlü bir fonksiyonu olduğu yolundaki Keynesyen yaklaşımın sürdürülmesini mümkün kılar.

$$r_t^e = i_t - \pi_t^e, \quad \pi_t^e \approx 0, \quad \pi_t^e = i_t, \quad I_t = I(i_t)$$

Beklenen enflasyon haddinin istikrarlı olduğu-zaman içinde değişmediği yolundaki alternatif varsayım ($\Delta\pi_t^e = 0$) ise, beklenen reel faiz haddinin (r_t^e) nominal faiz haddi (i_t) ile birebir değişmesini sağlar ve böylece yatırımın nominal faiz haddinin ters yönlü bir fonksiyonu olduğu yolundaki Keynesyen yaklaşımın sürdürülmesine yine imkan verir.

$$r_t^e = i_t - \pi_t^e, \quad \Delta\pi_t^e = 0, \quad \Delta r_t^e = \Delta i_t, \quad I_t = I(i_t)$$

27.1 TOPLAM TALEP

27.1.1 TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN TÜRETİLİŞİ

Modern makro iktisadın temel kavramlarından biri olan toplam talep eğrisi mikro iktisattaki bireysel-piyasa talep eğrisi gibi negatif eğimlidir. Ancak bu benzerlik görünüştedir: Bireysel-piyasa talep eğrisinin negatif eğimli olmasının arkasında ikame ve gelir etkilerinin olmasına karşılık, toplam talep eğrisinin negatif eğimli olmasının arkasında genel fiyat düzeyinde (P) meydana gelen değişmelerin reel para arzını (M/P) ve böylece faiz haddini (i) etkilemesi, faiz haddindeki değişimin de firmaların satın almak istedikleri hasılayı-planlanan yatırımı (I_p) ters yönde etkilemesidir. IS-LM modelinin fiyat düzeyinin sabit olduğu yolundaki varsayımının terk edilmesini gerektiren bu husus, Şekil 27.1’de gösterilmiştir.

Şekil 27.1.(a)’da nominal para arzı M_1 , fiyat düzeyi P_1 ve dolayısıyla da reel para arzı M_1/P_1 iken, mal ve para piyasalarında eşanlı denge E_1 (i_1, Y_1) noktasında sağlanmıştır. Buna karşılık nominal para arzı veri iken fiyat düzeyinin P_1 ’den P_2 ’ye düşmesi ve böylece reel para arzının (M_1/P_1)’den (M_1/P_2)’ye yükselmesi sonucu LM eğrisi LM_1 ’den LM_2 konumuna gelince, mal ve para piyasalarında eşanlı denge artık E_2 (i_2, Y_2) noktasında sağlanmıştır.

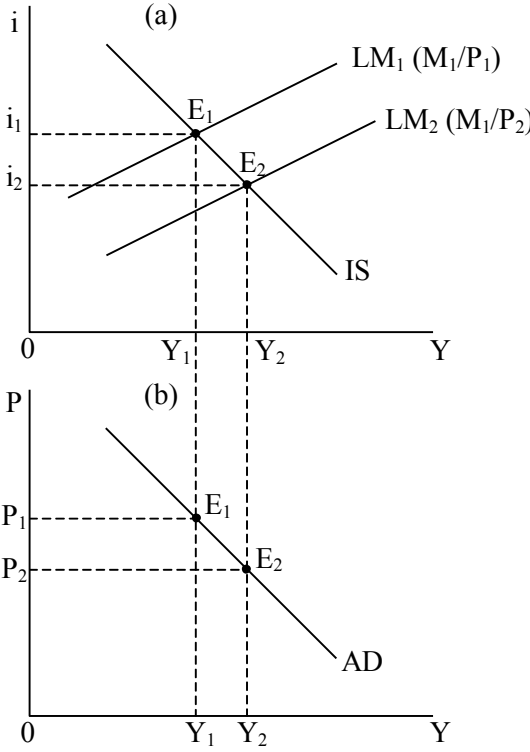
Şekil 27.1.(a)’nın temsil ettiği bu hususlar, Şekil 27.1.(b)’de fiyat düzeyi ile hasıla düzeyi arasındaki ilişki biçiminde gösterilmiştir. Dikey eksen de fiyat düzeyinin (P) yatay eksen de hasıla düzeyinin yer aldığı Şekil 27.1.(b)’deki E_1 noktası fiyat düzeyi P_1 iken hasılanın Y_1 olduğunu yansıtır. Benzer biçimde Şekil 27.1.(b)’deki E_2 noktası da fiyat düzeyi P_2 iken hasılanın Y_2 olduğunu belirtir. Şekil 27.1.(b)’de yer alan ve alternatif fiyat ve hasıla düzeylerini ilişkilendiren negatif eğimli eğriye-*ceteris paribus* her alternatif fiyat düzeyindeki denge hasıla düzeyini gösteren negatif eğimli eğriye, **toplam talep eğrisi (aggregate demand curve)** denir.

AD toplam talep eğrisinin türetilmesine simgesel olarak aşağıdaki gibi detaylandırılabilir:

$P \downarrow \rightarrow M/P \uparrow \rightarrow \text{para arz fazlası} \rightarrow \text{tahvil talep fazlası} \rightarrow P_B \uparrow \rightarrow i \downarrow \rightarrow I \uparrow \rightarrow AE \uparrow \rightarrow Y \uparrow$

$P \uparrow \rightarrow M/P \downarrow \rightarrow \text{para talep fazlası} \rightarrow \text{tahvil arz fazlası} \rightarrow P_B \downarrow \rightarrow i \uparrow \rightarrow I \downarrow \rightarrow AE \downarrow \rightarrow Y \downarrow$

Yukarıdaki süreçlerin toplam talep eğrisi üzerinde aşağıya-yukarıya doğru nasıl hareket edildiğini yansıttığını gözden kaçırmamak gerekir.

Şekil 27.1 Toplam Talep Eğrisinin Türetilişi**27.1.2 TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN KONUMU (KAYMASI)**

Mal ve para piyasalarında eşanlı dengeyi sağlayan fiyat ve hasıla düzeylerinin geometrik yerine tekabül eden AD toplam talep eğrisinin konumu, IS eğrisinin veya LM eğrisinin konumu tarafından belirlenir: Mal piyasasında dengeyi sağlayan faiz haddi ile hasıla düzeyinin geometrik yerine tekabül eden IS eğrisinin veya para piyasasında dengeyi sağlayan faiz haddi ve hasıla düzeyinin geometrik yerine tekabül eden LM eğrisinin konumu değişince, AD eğrisi de sola veya sağa doğru kayar. Bu husus Şekil 27.2’de IS eğrisinin konumunun değişmesi itibarıyla gösterilmiştir.

Şekil 27.2.(a)’da mal-para piyasalarında eşanlı denge başlangıçta IS(A_{01}) ve LM(M_1/P_1) eğrileri itibarıyla E₁(i_1, Y_1) noktasında sağlanmıştır. Daha

haddinde kesmesiyle gösterilmiştir. Şekil 27.20.(b)'de S_T toplam tasarruf eğrisinin I_p planlanan yatırım eğrisini E_2 noktasında- r_2 faiz haddinde kesecek kadar sağa kaymasının nedeni, (Bölüm 11'de açıklandığı gibi) kısa dönemde mal piyasasında denge sağlandığında ($AE = Y$) gerçekleşen tasarrufun (S_T) planlanan yatırıma (I_p) eşit olmasıdır, $S_T = I_p$.

Diğer taraftan merkez bankası para arzını örneğin % 10 artırınca, *ceteris paribus* uzun dönemde genel fiyat düzeyi de % 10 artar: Merkez bankası nominal para arzını (M) belirli bir oranda (% 10) artırınca reel para arzı (M/P) fiyat düzeyinin sabit olduğu kısa dönemde artar, uzun dönemde ise genel fiyat düzeyinin de aynı oranda artması sonucu değişmez. Dolayısıyla da parasal bir değişiklik uzun dönemde reel bir değişiklik-hasıla düzeyinde bir değişikliğe yol açmaz, paranın yansızlığı argümanı. Şekil 27.20 bu açıdan değerlendirilirse, Şekil 27.20.(b)'de kısa dönemde S_{T1} konumundan S_{T2} konumuna kaymış olan tasarruf eğrisi uzun dönemde S_{T2} konumundan yeniden S_{T1} konumuna kayar. Benzer biçimde Şekil 27. 20'de kısa dönemde M_1/P_1 'den M_2/P_1 konumuna kaymış olan reel para arz eğrisi, uzun dönemde klasik modelin paranın yansızlığı ilkesi gereği M_2/P_1 'den M_2/P_2 başlangıç konumuna geri döner, $M_2/P_2 = M_1/P_1$.

Özetlemek gerekirse fiyatların sabit olduğu kısa dönemde faiz haddi para piyasası öncülüğünde belirlenir. Fiyatların esnek olduğu uzun dönemde ise, faiz haddi klasik modelin paranın yansızlığı ilkesi öncülüğünde ödünç verilebilir fonlar piyasasında belirlenir.

BÖLÜM 28

İKTİSADİ DALGALANMALARLA ALTERNATİF BİR YAKLAŞIM TAYLOR-ROMER MODELİ

28.1	TAYLOR-ROMER MODELİNİN AMACI.....	774
28.2	REEL FAİZ HADDİ ve HASILA.....	775
28.3	REEL FAİZ HADDİ ve ENFLASYON HADDİ: PARA POLİTİKASI KURALI.....	776
28.4	TOPLAM TALEP EĞRİSİ.....	780
	28.4.1 TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN TÜRETİLMESİ.....	780
	28.4.2 TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN EĞİMİ.....	782
	28.4.3 TOPLAM TALEP EĞRİSİNİN KONUMU.....	782
28.5	ENFLASYON İNTİBAK DOĞRUSU.....	784
28.6	TOPLAM TALEP EĞRİSİ ve ENFLASYON İNTİBAK EĞRİSİ: KISA ve UZUN DÖNEM MAKRO DENGE.....	786
28.7	TALEP ŞOKU.....	788
28.8	TALEP ŞOKU ve İKTİSAT POLİTİKASI.....	790
28.9	ARZ ŞOKU.....	793
28.10	TAYLOR-ROMER MODELİ ve POLİTİK İKTİSADİ DALGALANMALAR	795
	ÖZET.....	799
	TEMEL KAVRAMLAR.....	801
	ÇALIŞMA SORULARI.....	801

BÖLÜM 28

İKTİSADİ DALGALANMALARA ALTERNATİF BİR YAKLAŞIM: TAYLOR-ROMER MODELİ

Bu bölümde John Taylor ve David Romer tarafından son yıllarda geliştirilen ve *AD-IA modeli* veya *Taylor-Romer modeli-üç denklem modeli* diye anılan analiz yine kapalı ekonomi ($XN = 0$) varsayımı altında incelenecektir.

Taylor-Romer modelinde enflasyon haddinin uzun bir süredir aynı olduğu (örneğin 6 yıldır % 5) olduğu varsayılır. Böyle bir ekonomideki kişiler ve firmalar, süregelen enflasyon haddinin (% 5) gelecekte de geçerli olacağını beklerler. Bu bağlamda Taylor-Romer modelinde beklenen enflasyon haddinin gerçekleşen enflasyon haddine eşit olduğu kabul edilir, $\pi^e = \pi$ (= % 5). Bu ise beklenen reel faiz haddinin (r^e), gerçekleşen reel faiz haddine (r) eşit olması demektir:

$$(r = i - \pi, r^e = i - \pi^e) \quad \pi^e = \pi, \quad r^e = i - \pi = r$$

Bu bölümde önce modele ismini veren iki eğriden biri olan *AD toplam talep eğrisi* üzerinde durulacaktır. Daha sonra modele ismini veren ikinci eğri olan *IA enflasyon intibak eğrisi* incelenecektir. Bu bölümde son olarak toplam talep eğrisi ve enflasyon intibak eğrisi birlikte ele alınarak Taylor-Romer modelinin işleyişi ve iktisat politikası açısından çeşitli sonuçları değerlendirilecektir.

28.1 TAYLOR-ROMER MODELİNİN AMACI

Önceki bölümlerde incelenen AD-AS modelinde, genel fiyat düzeyinin (P) ve reel GDP'nin-hasılanın (Y) nasıl belirlendiği incelenir. Bir başka deyişle (statik) AD-AS modelinde, hasılanın (Y) yanısıra enflasyon haddinin (π) nasıl belirlendiği ve değiştiği değil, fiyat düzeyinin nasıl belirlendiği ve değiştiği açıklanır. Oysa gerçek hayatta televizyonlarda, gazetelerde, dergilerde, toplantılarda ve sohbetlerde fiyat düzeyi üzerinde değil, enflasyon haddi üzerinde durulur. Dolayısıyla da (statik) AD-AS modelinin gerçek hayatla bağı zayıftır.

Ayrıca AD-AS modelinde merkez bankasının iktisadi dalgalanmaya (durgunlaştırıcı açığa $Y < Y_p$ ve enflasyonist açığa $Y > Y_p$) para politikası üzerinden müdahalesinin, nominal para arzını (M) kontrol etmek (para arzını artırmak-genişletici para politikası ve para arzını azaltmak-daraltıcı para politikası) biçiminde olduğu kabul edilir. Bir başka deyişle merkez bankasının iktisadi dalgalanma ile para politikası üzerinden mücadele ederken, *para arzı büyüme hızını* hedeflediği varsayılır. Oysa günümüzde merkez bankalarının büyük bir çoğunluğu para politikasını, para arzı büyüme hızını hedeflemek biçiminde değil, *reel faiz haddini hedeflemek* (etkilemek) biçiminde yürütürler. Dolayısıyla da (statik) AD-AS modeli günümüzde merkez bankalarının izledikleri para politikasının niteliğini de yansıtmaktan uzaktır: AD-AS modelinin gerçek hayatla bağı, merkez bankasının izlediği para politikasının niteliği itibarıyla de zayıftır.

Son olarak AD-AS modelinde, reel faiz haddi ve nominal faiz haddi arasında genellikle bir ayrım yapılmaz. Bu yönüyle AD-AS modeli nominal faiz haddi-reel faiz haddi ayrımı itibarıyla kafalarda bir karmaşanın oluşmasına zemin hazırlar.

John Taylor ve David Romer tarafından geliştirilen ve *AD-IA modeli* veya *Taylor-Romer modeli* diye anılan analizin amacı, AD-AS modelinin söz konusu üç yetersizliğini gidermektir: Taylor-Romer modelinin amacı, hasıla-fiyat düzeyi ikilisi (Y - P) yerine hasıla-enflasyon haddi ikilisinin (Y - π) nasıl belirlendiğini, günümüzde merkez bankalarının reel faiz haddi hedeflemesi yaptıklarını hesaba katarak açıklamaktır.

Taylor-Romer modeli, *AD toplam talep eğrisi* ve *IA enflasyon intibak eğrisi* gibi iki ana kısımdan oluşur. Taylor-Romer modelinin AD toplam talep eğrisi kısmı, AD-AS modelinin AD toplam talep eğrisi kısmı gibi, Keynesyen modeldeki analiz üzerine inşa edilir. Ancak iki modelin AD eğrileri arasında önemli bir fark vardır. AD-AS modelindeki AD eğrisi

her alternatif fiyat (P) düzeyindeki hasılayı (Y) gösterirken, Taylor-Romer modelindeki AD eğrisi her enflasyon haddindeki (π) hasılayı (Y) gösterir.

28.2 REEL FAİZ HADDİ ve HASILA

Bölüm 26'da açıklandığı gibi, yatırım harcaması, beklenen reel faiz haddi (r^e) tarafından veya Taylor-Romer modelinin beklenen reel faiz haddinin gerçekleşen reel faiz haddine eşit olduğu varsayımı altında, gerçekleşen reel faiz haddi (r) tarafından belirlenir: Reel faiz haddi artınca (azalınca) yatırım harcaması azalır (artar): $I = I(r)$, $r \uparrow \rightarrow I \downarrow$ veya $r \downarrow \rightarrow I \uparrow$.

Kapalı bir ekonomide planlanan toplam harcamayı oluşturan unsurlardan ikincisi olan tüketim de ampirik olarak reel faiz haddine (yatırımdan daha az da olsa) duyarlıdır: Reel faiz haddi düşünce tüketim az da olsa artar, $r \downarrow \rightarrow C \uparrow$.

Yukarıdaki açıklamalar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

$$r \uparrow \rightarrow AE = (C + I_p + G) \downarrow$$

$$r \downarrow \rightarrow AE = (C + I_p + G) \uparrow$$

Diğer taraftan Bölüm 25'te açıklandığı gibi, mal piyasasında denge koşulu, toplam planlanan harcamanın hasılaya (tüm sektörler tarafından satın alınmak istenen hasılanın gerçekleşen hasılaya) eşit olmasıdır, $Y = AE$. Bu bağlamda toplam planlanan harcama artınca (azalınca) denge hasıla düzeyi artar (azalır), $AE \uparrow \rightarrow Y \uparrow$ veya $AE \downarrow \rightarrow Y \downarrow$. Reel faiz haddi ile toplam planlanan harcama arasındaki ters yönlü ilişki [$r \downarrow \rightarrow AE = (C + I_p + G) \uparrow$ veya $r \uparrow \rightarrow AE = (C + I_p + G) \downarrow$], AE toplam planlanan harcama ile Y hasıla arasındaki aynı yönlü ilişki ($AE \uparrow \rightarrow Y \uparrow$ ve $AE \downarrow \rightarrow Y \downarrow$) hesaba katılarak aşağıdaki gibi özetlenebilir:

$$r \uparrow \rightarrow AE = (C + I_p + G) \downarrow \rightarrow Y \downarrow$$

$$r \downarrow \rightarrow AE = (C + I_p + G) \uparrow \rightarrow Y \uparrow$$

BÖLÜM 29

AÇIK EKONOMİ MAKRO İKTİSADI

29.1	ÖDEMELER DENGESİ	805
29.1.1	ÖDEMELER DENGESİNİN YAPISI	805
29.1.2	CARİ HESAP	806
29.1.3	SERMAYE HESABI ve FİNANSAL HESAP	808
29.2	İKİ TARAFLI NOMİNAL DÖVİZ KURU	811
29.3	DÖVİZ KURU SİSTEMLERİ	813
29.3.1	ESNEK DÖVİZ KURU SİSTEMİ	813
29.3.1.A	DÖVİZ TALEBİ	813
29.3.1.B	DÖVİZ ARZI	814
29.3.1.C	DÖVİZ PİYASASINDA DENGİ: DENGİ DÖVİZ KURU	816
29.3.2	SABİT DÖVİZ KURU SİSTEMİ	817
29.4	REEL DÖVİZ KURU	821
29.5	TEK FİYAT KANUNU	823
29.6	ESNEK KUR SİSTEMİNDE PARA POLİTİKASI	824
29.7	CARİ AÇIK ve İKTİSAT POLİTİKASI	827
	ÖZET	828
	TEMEL KAVRAMLAR	831
	ÇALIŞMA SORULARI	831

BÖLÜM 29

AÇIK EKONOMİ

MAKRO İKTİSADI

Bu bölümde okuyucuya önce ödemeler dengesi kavramı tanıtılacak ve bu bağlamda cari açığı kapatmak için nasıl bir iktisat politikası izlenmesi gerektiği hususu değerlendirilecektir. Sonra nominal döviz kuruna ve esnek-sabit döviz kuru sistemlerine ilişkin açıklamalar izleyecektir. Daha sonra reel döviz kuru ve tek fiyat kanunu üzerinde durulacaktır. Bu bölümde son olarak esnek döviz kuru sisteminde para politikasının etkinliği incelenecektir.

29.1 ÖDEMELER DENGESİ

29.1.1 ÖDEMELER DENGESİNİN YAPISI

Bir ülkedeki yerleşiklerin diğer ülkelerle (dış alemle) belirli bir dönemde (yılda) gerçekleştirdikleri iktisadi işlemlerin kayıt edildiği tabloya, **ödemeler dengesi (balance of payments, BP)** denir. Bu tanımdaki yerleşikler terimi, ülkede bir yıldan fazla süredir ikamet eden kişileri, kurumları ve ülke hükümetini kapsar. Ödemeler dengesinde ülkenin dış alemle bir yılda gerçekleştirdiği *mal, hizmet, gelir, transfer* ve *varlık* işlemleri yer alır.

Bir ülkede yerleşiklerin dış aleme ödeme yapmasını gerektiren (dış alemden mal-hizmet ve tahvil satın alınması gibi) işlemler, ödemeler dengesinde negatif (-) işaretle yer alır. Buna karşılık dış alemden ülkede yerleşiklere ödeme yapılmasını gerektiren (dış aleme mal-hizmet veya

tahvil satılması gibi) işlemler, ödemeler dengesinde pozitif (+) işaretlerle yer alır. Ödemeler dengesi dört ana kısımdan ibarettir: **Cari hesap (current account)**, **sermaye hesabı (capital account)**, **finansal hesap (financial account)** ve **net hata ve noksan (net errors and omission)**.

29.1.2 CARİ HESAP

Cari hesapta her şeyden önce ülkenin dış alemle gerçekleştirdiği *mal* işlemleri yer alır. Bu bağlamda cari hesapta mal ihracatı (+), mal ithalatı ise (-) işaretlerle gösterilir. Mal işlemlerinin (mal ihracatı ile mal ithalatının) toplamına, **mal dengesi (goods balance)** denir. **Ticaret dengesi (trade balance)** diye de nitelendirilen mal dengesinin pozitif olması, ülkenin dış aleme sattığı mallarının değerinin dış alemden satın aldığı malların değerinden, kısaca mal ihracatının mal ithalatından büyük olduğu anlamına gelir.

Kamuoyunda ve basında yapılan tartışmalarda genellikle üzerinde durulan unsur mal dengesi (ticaret dengesi) olmakla beraber, her ülke dış alemle *hizmet* işlemleri de gerçekleştirir. Bir ülke ile dış alem arasındaki hizmet işlemleri-hizmet ticareti, turizm-taşımacılık-sigortacılık-eğitim ve mali hizmetler gibi alanlardaki alışverişleri kapsar. Bu bağlamda bir İtalyanın Türkiye’de tatil veya üniversite eğitimi yapması, bir malın İtalya’ya Türk gemisi ile taşınması *hizmetler dengesi* hesabında (+) işaretlerle gösterilir. Buna karşılık bir Türk’ün İtalya’da tatil veya üniversite tahsili yapması, bir malın Türkiye’ye İtalyan gemileriyle taşınması hizmetler dengesi hesabında (-) işaretlerle gösterilir.

Bir ülkenin dış alemle gerçekleştirdiği *mal ve hizmet* işlemlerinin toplamına, **mal ve hizmet dengesi (balance on goods and services)** denir. Mal ve hizmet dengesinin pozitif olması, ülkenin dış aleme sattığı malların ve hizmetlerin değerinin dış alemden satın aldığı malların ve hizmetlerin değerinden-mal ve hizmet ihracatının mal ve hizmet ithalatından büyük olması demektir.

Diğer taraftan bir ülkedeki kişiler ve firmalar, sahip oldukları yabancı varlıklar (yabancı tahviller-hisse senetleri-banka hesapları) karşılığında dış alemden bir faiz ve kâr geliri elde ederler. Benzer biçimde diğer ülkelerdeki kişiler-firmalar, sahip oldukları ülke varlıkları (ülke tahvilleri-hisse senetleri-banka hesapları) karşılığında ülkeden bir faiz ve kâr geliri elde ederler. **Yatırım geliri (investment income)** denilen bu işlemler *gelir dengesi hesabında* sırasıyla (+) ve (-) işaretlerle yer alır.

Gelir dengesi hesabının pozitif olması, ülkenin sahip olduğu yabancı varlıklardan elde ettiği yatırım gelirinin, yabancıların sahip oldukları ülke varlıklarından elde ettikleri yatırım gelirinden büyük olduğunu ifade eder. Buna karşılık gelir dengesi hesabının negatif olması, yabancıların sahip oldukları ülke varlıklarından elde ettikleri yatırım gelirinin ülkenin sahip olduğu yabancı varlıklardan elde ettiği yatırım gelirinden büyük olduğu anlamına gelir.

Gelir dengesi hesabı, GDP ile GNP farkını açıklarken sözünü ettiğimiz *yurtdışından net faktör ödemelerine (NFP)* yaklaşık olarak eşittir. Bu açıdan bakıldığında gelir dengesi hesabının pozitif olması, *yurtdışından net faktör ödemelerinin* pozitif olduğu (yerli üretim faktörlerinin yabancı ülkelerde elde ettikleri faktör gelirlerinin yabancı üretim faktörlerinin ülkede elde ettikleri faktör gelirlerinden büyük olduğu, $NFP > 0$) anlamına gelir.

Buna karşılık gelir dengesi hesabının negatif olması, *yurtdışından net faktör ödemelerinin* negatif olduğunu (yabancı üretim faktörlerinin ülkede elde ettikleri faktör gelirlerinin yerli üretim faktörlerinin yabancı ülkelerde elde ettikleri faktör gelirlerinden büyük olduğunu, $NFP < 0$) yansıtır.

Cari hesabın kapsadığı dördüncü ve son işlem türü, ülkenin mal-hizmet-varlık karşılığı olmadan diğer ülkelere yaptığı veya tam tersine diğer ülkelerin karşılıksız bir biçimde ülkeye yaptıkları ödemelerdir. Bu tür ödemeler cari hesabın **cari transferler (current transfers)** bölümünde yer alır. Ülkeye yapılan transferler ve ülkenin yaptığı transferler, *cari transferler hesabında* sırasıyla (+) ve (-) işaretle gösterilir. Cari transfer hesabında esas olarak işçi gelirleri kaydedilir.

Cari hesabı oluşturan *mal dengesi, hizmet dengesi, gelir dengesi* ve *cari transferler* alt hesaplarının toplamına *cari hesap dengesi* denir. Söz konusu toplamın pozitif olması **cari hesap fazlası-cari fazla**; söz konusu toplamın negatif olması ise **cari hesap açığı-cari açık** diye nitelendirilir.

Türkiye'nin 2010-2012 dönemi cari hesap dengesi Tablo 29.1'de gösterilmiştir. Tablonun incelenmesinden görüleceği gibi, 2010, 2011 ve 2012 yıllarında Türkiye'de cari hesap (daha önceki yıllarda olduğu gibi) açık vermiştir. Tablo 29.1'de cari açık 2010 yılına kıyasla 2011 yılında 30 milyar dolar artmıştır. Cari açıktaki bu astronomik mutlak artışın kaçınılmaz sonucu ise, 2010 yılında % 6.3 olan cari açık oranının (cari açık/GDP) 2011 yılında yaklaşık %10 gibi çok yüksek bir değere yükselmesi olmuştur, $45/731 = 0.06$ ve $75/773 = 0.097$.

- Arnold, R. (2008) *Economics* 9E, South-Western.
- Ayers, R. M. ve Collinge, R. A. (2005) *Economics*, Pearson.
- Bade, R. ve Parkin, M. (2013) *Foundation of Economics* 6E, Pearson.
- Baumol, W. ve Blinder, A. (2011) *Economics* 12E, Dryden Press.
- Begg, D., Fischer, S., ve Dornbusch, R. (2011) *Economics* 9E, McGrawHill.
- Case, K., Fair, R. ve Oster, S. (2012) *Economics* 10E, Pearson.
- Colander, D. C. (2010) *Economics* 8E, McGrawHill.
- Cowen, T. ve Tabarrok, A. (2013) *Modern Principles: Macroeconomics* 2E, Worth Publishers.
- Delong, B. ve Olney, M. (2006) *Macroeconomics* 2E, McGrawHill.
- Ekelund, R. ve Tollison, R. (2005) *Economics* 7E, Prentice-Hall.
- Frank, R. ve Bernanke, B. (2011) *Principles of Economics* 2E, McGrawHill.
- Gottheil, F. (2009) *Principles of Economics* 3E, Custom Publishing.
- Gordon, R. J. (2012) *Macroeconomics* 12E, Pearson.
- Gwartney, J., Stroup, P. ve Sobel, R. (2010) *Economics* 12E, Dryden Press.
- Hall, R. ve Lieberman, M. (2009) *Economics* 5E, South-Western.
- Hyman, D. (2007) *Economics* 4E, Irwin.
- Jones, C. (2011) *Macroeconomics* 2E, Norton Company.
- Krugman, P. ve Wells, R. (2010) *Economics* 2E, Worth Publishing.
- Lipsey, R. ve Courant, P. (2009) *Economics* 12E, Addison Wesley.
- Lipsey, R. ve Chrystal A. (2009) *Principles of Economics* 11E, Oxford University Press.
- Mankiw, G. N. (2013) *Macroeconomics* 8E, Macmillan, Worth Publishers.
- Mankiw, G. N. (2012) *Principles of Economics* 6E, Harcourt.
- McConnel, C. R ve Brue, S. L. (2011) *Economics* 19E, McGrawHill.
- North, D. (1990) *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*,

New York, Cambridge University Press.

North, D. ve Thomas, R. (1973), *The Rise of the Western World: A New Economic History*, Cambridge, Cambridge University Press.

O'Sullivan, A. ve Sheffrin, S. (2008) *Economics* 9E, Prentice Hall.

Parkin, M. (2009) *Economics* 7E, Addison-Wesley.

Rittenberg, L. ve Tregarthen, T. (2009) *Principles of Economics*, Flat World.

Ruffin, R. ve Gregory, P. (2001) *Principles of Economics* 8E, Harper Collins.

Samuelson, F. W. ve Nordhaus, W. (2009) *Economics* 19E, McGrawHill.

Schiller, B. (2009) *The Economy Today* 12E, McGrawHill.

Sloman, J. ve Wride, A. (2009) *Economics* 7E, Pearson.

Stiglitz, J. E. ve Walsh, C. E. (2006) *Principles of Economics* 4E, Norton.

Taylor, J. B. ve Weerapana, A. (2010) *Economics* 6E, South-Western.

Ünsal E. M. (2013) *Makro İktisat* 10B, İmaj Yayınevi.

Ünsal E. M. (2014) *Mikro İktisat* 10B, BigBang Yayınları.

Ünsal E. M. (2016) *İktisadi Büyüme*, 2B, BB101 Yayınları.

#

70 kuralı, 474

A

açık maliyet, 273
açık piyasa işlemleri politikası, 596
açlık haddi, 451
ad valorem vergiler, 120
Adam Smith, 59, 64
ahlaki tehlike, 186
ajan, 186
akım değişken, 473
Alfred Marshall, 130, 221
alternatif maliyet, 25
amir, 186
Amos Tversky, 32
ana akım iktisat, 30
anlaşmalı oligopol, 382
anlaşma-muvazaa, 382
anlaşmasız oligopol, 382
ara mal, 465
ara mallar, 7
arbitraj, 361
artan fırsat maliyeti kanunu, 49
artan marjinal verimler, 262
arz edilen miktar, 85
arz edilen miktarın değişmesi, 88
arz eğrisi, 322
arz esnekliği, 318
arz fazlası, 92

arz fiyatı, 86
arz kanunu, 85
arz şoku, 748
arz yönlü iktisat, 67
arz yönlü makro iktisat politikası, 484
arz yönlü maliye politikası, 486
arz yönlü para politikası, 486
arz, 86
arzın artması, 88
arzın azalması, 88
arzın belirleyicileri, 89
arzın değişmesi, 88
arzın fiyat esnekliği, 318
arzın yay fiyat esnekliği, 320
asgari ücret, 117
asimetrik bilgi, 179
aşırı kapasite, 291, 375
aşırı kâr, 274
atfedilen değer, 469
ayakkabı-deri maliyetleri, 550
ayırıcı denge, 186
aykırı iktisat politikası, 485
aynı yönlü devrevi değişken, 478
azalan marjinal fayda ilkesi, 200
azalan marjinal verimler kanunu, 266, 607
azalan marjinal verimler, 262
azalan verimler kanunu, 267

B

bakiye gelir, 10

836 İktisada Giriş

bakiye talep eğrisi, 384
bakiye, 499
banka parası, 595
başabaş noktası, 315
basamak kayması, 550
baskı altında enflasyon, 112
batık maliyet, 29
bedava öğle yemeği, 52, 798
bedavacı sorunu, 189
bedavacı, 189
beklenen enflasyon, 541
beklenen reel faiz haddi, 543
beklenmeyen enflasyon, 541
beşeri sermaye, 10, 518
bilgisizlik örtüsü, 449
bilimsel yöntem, 19
bilişsel psikoloji, 31
Bir Adalet Teorisi, 449
birden çok sayılma, 467
bireysel arz şedülü, 85
bireysel talep eğrisi, 76
bireysel talep şedülü, 76
bireysel-firma arz eğrisi, 85
birim başına vergi, 120
birim esnek arz, 319
birinci derece fiyat farklılaştırması, 359
bölümlü piyasalar, 361
bölüşümde etkinlik, 14
borç deflasyonu, 548
borsa balonu, 756
boş zaman, 522
brüt yatırım, 497
büküm noktası, 265
bütçe açığı, 61, 513
bütçe doğrusu, 210
bütçe fazlası, 513
büyük bunalım, 16, 482, 756
büyük ıraksama, 634
büyüme muhasebesi, 651
büyüme, 66
büyümenin temel belirleyicileri, 645

büyümenin yaklaşık belirleyicisi, 645

C - Ç

cari fiyatlarla GDP, 463
cari hesap açığı-cari açık, 807
cari hesap fazlası-cari fazla, 807
cari hesap, 506, 806
cari transferler, 807
Carl Menger, 209
cesareti kırılan işçiler, 562
ceteris paribus, 20, 75, 81, 90, 241, 267
Coase teoremi, 179
coğrafya, 645
Corrado Gini, 444
Cournot dengesi, 385
Cournot-Nash dengesi, 385
çalışanlar, 561
çapraz kesit grafiği, 38
çekirdek enflasyon, 542
çeşitliliğin sosyal maliyeti, 375
çevrilebilir kağıt para, 590
çift sayılma, 467
çok uzun dönem, 233
çöküntü, 476

D

dağılımda etkinlik, 14
dağıtılmayan kurum-şirket kârları, 510
dara kaybı, 138
daralma, 475
davranışsal denklemler, 23
davranışsal iktisat, 32
dayanıklı tüketim malları, 7
dayanıksız tüketim malları, 6
deflasyon, 551
değer biriktirme, 588
değer ölçüsü, 588
değer paradoksu, 208
değer yargıları, 18

değişen girdi oranları kanunu, 266
 değişim aracı, 587
 değişim değeri, 208
 değişim denklemi, 622
 değişken girdi, 261
 değişken sermaye, 10
 değişken, 24
 değiş-tokuş, 25
 demokrasi, 10
 denge fiyat, 93
 denge koşulu, 24
 denge miktarı, 93
 denge, 678
 dengelenme süreci, 24
 denk bütçe çarpanı, 694
 desteklenen kağıt para, 590
 destekleyici para politikası, 726
 devalüasyon, 818
 devrevi işsizlik, 568
 devrevi olmayan değişken, 478
 devri akım şeması/diyagramı, 61, 516
 devri hareketler, 475
 dezenflasyon, 532
 diğer malların fiyatları, 90
 dinlenme, 522
 dip, 476
 dış ticaret haddi, 150
 dış ticaret kazancı, 150
 dış ticaret sektörü, 61, 483
 dışa açıklık endeksi, 502
 dışarıda tutulabilme, 187
 dışarıda tutulamama, 188
 dışarıdakiler, 576
 dışsal değişkenler, 19
 dışsal gecikme, 761
 dışsal marjinal maliyet, 171
 dışsal marjinal yarar, 174
 dışsallıklar, 170
 doğal GDP, 568
 doğal işsizlik haddi, 567
 doğal işsizlik, 567

doğal kanun, 447
 doğal kaynaklar, 8
 doğal monopol, 338
 dolaylı vergiler, 120
 dolaylı/ vasıtalı vergiler, 503
 dolaysız vergiler, 120
 dolaysız yabancı yatırım, 514
 dönüş noktaları, 476
 dönüşüm eğrisi, 47
 dörtlü enflasyon, 539
 doyum noktası, 200
 düopol, 382
 durgunlaştırıcı açık, 750
 durgunluk, 475
 düşük mallar, 81

E

Edward H. Chamberlin, 386
 eğitim, 236
 eğitim, 88
 ekonometri, 21
 eksik istihdam-çalışma, 564
 eksik rekabet, 299
 elmas-su paradoksu, 208
 emanet para, 590
 emeğin marjinal girdi maliyeti, 417
 emeğin marjinal ürün değeri, 419
 emeğin marjinal ürün hasılatı, 418
 emeğin marjinal ürünü, 262
 emeğin ortalama ürünü, 263
 emeğin toplam girdi maliyeti, 417
 emek piyasası, 484
 emek, 9
 emlak balonu, 756
 endüstri, 304
 enflasyon haddi, 531
 enflasyon intibak doğrusu, 785
 enflasyon vergisi, 551
 enflasyon, 551
 enflasyonist açık, 751

838 İktisada Giriş

enflasyonu hızlandırmayan işsizlik haddi, 567
enflasyonun, 15
Engel eğrisi, 245
Engel Kanunu, 245
engelleme, 618
engelleme/dışlama, 725
engelleyici tarife, 158
Ernest Engel, 245
eşdeğer tarife, 161
eşfayda eğrisi, 213
eşitlik, 66
eşmarjinal ilkesi, 202
esnek arz, 319
esnek olmayan arz, 319
esnek olmayan talep, 230
esnek talep, 230
esnek-dalgalanan döviz kuru sistemi, 813
etki gecikmesi, 761
etkinlik ücretleri, 577
etkinlik, 66
ex ante faiz haddi, 543

finansal çıkış, 809
finansal giriş, 808
finansal hesap, 806
finansal kriz, 756
firma, 60, 482
fırsat maliyeti, 25
Fisher denklemi, 551
Fisher etkisi, 551
Fisher hipotezi, 551
fiyat belirleyici, 340
fiyat desteği, 116
fiyat endeksi, 532
fiyat farklılaştırması, 359
fiyat kabul edici, 304
fiyat tabanı, 115
fiyat tavanı, 109
fiyat, 58
fiyatların esnek olduğu varsayımı, 605
fiyat-tüketim eğrisi, 217
fiziksel sermaye, 517
fonksiyonel gelir dağılımı, 11, 504
Friedrich von Hayek, 31

F

faiz ödemeleri, 61
faiz, 10
fakirlik haddi, 452
faktör fiyatları, 509
faktör piyasası, 60
farklılaştırılmış mallar, 367
farklılaştırılmış oligopol, 381
farklılıkları telafi etme, 447
farksızlık eğrisi, 212
farksızlık paftası, 213
fayda, 8
faydacılık, 448
fazla-serbest rezervler, 593
fedakarlık haddi, 578
fert başına GDP, 519
fiili-gerçekleşen enflasyon, 480, 540

G

gayri iradi işsizliği, 479
gayri safi milli hasıla, 505
GDP açığı, 570
GDP deflatörü, 533
geçici işsizlik, 565
geciken değişkenler, 478
geçişli piyasalar, 361
gelir etkisi, 218, 608
gelir vergisi, 511
genişleme, 475
George Stigler, 221
gerçekleşen reel faiz haddi, 543
gerekli rezerv oranı, 593
gerekli rezervler politikası, 597
gerekli rezervler, 593
geri ödenmeme riski, 542

geriye bükük bireysel emek arz eğrisi, 424
 Giffen malı, 220
 Gini katsayısı, 444
 girdiler, 8
 giriş engelleri, 338
 giriş ve çıkışın serbest olması, 304
 girişi engelleyen fiyatlandırma, 391
 gizli eylem, 186
 global kota, 160
 görünmez el prensibi, 64
 grafik, 36
 Gresham Kanunu, 589

H

hakim strateji, 394
 hanehalkı sektörü, 60, 482
 harcama çarpanı-çoğaltanı, 687
 harcanabilir kişisel gelir, 511
 hasıla açığı, 570
 hasıla-çıktı, 473
 havuz dengesi, 185
 hayvansal güdüler, 708
 Heinrich Stackelberg, 387
 Herfindahl-Hirschman endeksi, 406
 hesap birimi, 588
 hile yapmak, 390
 hiper enflasyon, 539
 hipotez, 19
 homo economicus, 27
 homojenlik, 304
 hukuki giriş engelleri, 339
 hükümet alımları, 61, 500
 hükümet lisansları ve imtiyazları, 339
 hükümet sektörü, 61

i

IS eğrisi, 710
 içeridekiler, 576

içsel değişkenler, 19
 içsel gecikme, 761
 iflas etme, 58
 ihracat, 61, 484, 500
 ihtisaslaşma, 59
 ihtiyaçlar, 5
 ikame etkisi, 218, 608
 ikame mallar, 6
 ikame malların fiyatları, 82
 ikame sapması, 539
 iki değişkenli grafik, 38
 iki madeni para sistemi, 589
 iki taraflı nominal döviz kuru, 811
 ikinci derece fiyat farklılaştırması, 361
 ikiz sorunlar, 577
 iktisadi büyüme, 13, 474, 629
 iktisadi dalgalanma, 65, 475
 iktisadi düşünme, 25
 iktisadi etkinlik, 14
 iktisadi hoşnutsuzluk endeksi, 572
 iktisadi maliyet, 273, 570
 iktisadi mallar, 6
 iktisadi mesele, 13
 iktisadi rant, 425
 iktisadi sistem, 55
 iktisat politikası, 66
 iktisat, 11
 ilaveler, 682
 ilgisiz mallar, 6
 ipotekli konut kredisine dayalı menkul değerler, 758
 iradi işsizliği, 479
 işalemi sektörü, 482
 işalemi sektörü, 60
 işbölümü, 59
 işgücü katılım haddi, 562
 işgücü, 561
 işgücünde olmayanlar, 561
 iskonto haddi politikası, 596
 iskonto haddi, 596
 işlemler parası, 591

840 İktisada Giriş

işsiz, 479
işsizler, 561
işsizlik haddi, 563
işsizlik sigortası primleri, 569
işsizlik tazminatı, 569
işsizlik, 15, 479
istekler, 5
isteklerin çifte beraberliği, 59, 587
istihdam haddi, 563
istikrar, 66
istikrarlı denge, 684
ithalat kotası, 160
ithalat, 61, 484, 501
itibari para, 590

J

Japonya daralması, 554
Japonya mucizesi, 554
Jeremy Bentham, 448
Jevons kanunu, 209
John Bates Clark, 448
John Stuart Mill, 448
Joseph Schumpeter, 10

K

kağıt para sistemi, 589
kaldıraç oranı, 756
kamu malları, 187
kanuni karşılık oranı, 593
kanuni karşılıklar, 593
kapasite üstü, 291
kapatma noktası, 316
kapitalizm, 10
kâr maksimizasyonu, 299, 316
kâr payı, 510
kâr, 10
kâra geçiş noktası, 315
karaborsa, 111
karşı yönlü devrevi değişken, 478

kartel, 388
katma değer, 465
kaydi para, 595
kayıt dışı ekonomi, 470
kayıt dışı ekonomi, 521
kaynak, 9
kaynaklar, 8
Keynesyen devrim, 16, 482
Keynesyen model, 659
kira kontrolleri, 114
kirli döviz kuru sistemi, 817
kısa dönem endüstri arz eğrisi, 317
kısa dönem firma arz eğrisi, 315
kısa dönem makro iktisadi denge, 747
kısa dönem marjinal maliyet, 280
kısa dönem ortalama toplam maliyet, 279
kısa dönem Phillips eğrileri, 579
kısa dönem toplam arz eğrisi, 743
kısa dönem toplam maliyet, 276
kısa dönem üretim fonksiyonu, 261
kısa dönem, 261, 321, 322
kısasa kısas stratejisi, 402
kişisel çıkar, 58
kişisel gelir dağılımı, 442
kişisel gelir, 509
kişisel tasarruf, 511
kıtılık, 11
klasik model, 605
kontrollü deney, 20
konut dışı sabit yatırım, 497
konut sabit yatırımı, 497
korelasyon, 24
korumacılık, 156
kullanım değeri, 208
kültür, 646
kültürel istekler, 5
kulüp malları, 188
kumanda mekanizması, 55
kurumlar vergisi, 510
kurumlar, 649
kurumsal olmayan sivil nüfus, 561

kuvvetli oligopol, 405
kuyruk yöntemi, 110

L

Leon Walras, 209
limon problemi, 182
Lionel Robbins, 11
LM eğrisi, 718
Lorenz eğrisi, 443
Lucas kritiği, 17
lüks mallar, 247

M

mahkumların ikilemi, 393
makro iktisat politikası, 484
makro iktisat, 15, 481
maksimum tesis kapasitesi, 291
mal dengesi, 806
mal para sistemi, 589
mal piyasası, 60, 484
mal ve hizmet dengesi, 806
mali sermaye, 10
maliye politikası, 485
maliyet enflasyonu, 541
maliyetin ittiği enflasyon, 541
mallar ve hizmetler, 6
malların homojen olması, 304
manşet enflasyon, 542
marjinal analiz-marjinalizm, 28
marjinal dönüşüm haddi, 49
marjinal fayda, 199
marjinal fırsat maliyeti, 49
marjinal hasılat, 306
marjinal ikame haddi, 214
marjinal kâr, 307
marjinal maliyet fiyatlandırması, 354
marjinal maliyet, 28
marjinal tasarruf eğilimi, 668
marjinal tüketim eğilimi, 661

marjinal verimlilik teorisi, 448
marjinal yarar, 28
Max Otto Lorenz, 442
maximin strateji, 399
medyan gelir, 451
merkez kuru, 818
merkezî planlı kapitalizm, 56
merkezî planlı sosyalizm, 55
mevduat çarpanı, 595
mikro iktisat, 15
milli gelir özdeşliği, 497
milli gelir, 509
minimax strateji, 401
minimum etkin ölçek, 290
misilleme stratejisi, 402
modern iktisadi büyüme, 632
monopol, 299, 305, 337
monopolcü rekabet, 299, 305, 367
monopolcü sömürü, 431
monopolcü, 340
monopolün dara kaybı, 353
monopolün düzenlenmesi, 354
monopolün etkinsizliği, 352
monopolün refah maliyeti, 353
monopolün sosyal maliyeti, 353
monopson, 431
monopsoncu sömürü, 434
MP eğrisi, 778
muhafazakar iktisat politikası, 485
muhasebe maliyeti, 273
mukayeseli üstünlük, 146
mükemmel fiyat farklılaştırması, 359
munzam karşılıklar, 593
müteşebbis-girişimci, 10
mutlak fakirlik haddi, 451
mutlak üstünlük, 145

N

n firma yoğunlaşma indeksi, 405
nakit, 591

842 İktisada Giriş

Nash dengesi, 396
nedensellik, 24
negatif gelir vergisi, 452
negatif ölçek ekonomileri, 287
negatif-yararsız talep şoku, 748
negatif-yararsız-ters arz şoku, 748
neo-klasik iktisat, 30
net finansal çıkış, 809
net finansal giriş, 809
net hata ve noksan, 806, 810
net ihracat, 501
net kâr, 504
net vergi, 61, 682
net yabancı varlıklar, 518
net yatırım, 507
net yurtiçi hasıla, 507
nihai mal, 465
nihai satışlar, 498
nispi fakirlik, 451
nispi fiyat, 78
noksan, 92
nominal değer kaybı, 812
nominal değer kazancı, 812
nominal faiz haddi, 542
nominal gayri safi yurtiçi hasıla, 463
normal kâr, 275
normal mallar, 81
normatif iktisat, 17
nüfus, 83

O - Ö

oligopol, 299, 305, 381
okun kuralı, 571
operasyon kârı, 317
optimum girdi bileşimi, 283
optimum tesis büyüklüğü, 290
ortak kaynaklar, 188
ortalama büyüme hızı, 474
ortalama değişken maliyet, 276
ortalama hasılat, 307

ortalama maliyet fiyatlandırması, 356
ortalama sabit maliyet, 276
otonom harcama, 675
otonom tasarruf, 669
otonom tüketim, 663
otonom yatırım, 709
oyunlar teorisi ve iktisadi davranış, 392

ödemeler dengesi, 805
ödünç verilebilir fonlar piyasası, 613
ölçeğe göre artan getiri, 268
ölçeğe göre azalan getiri, 268
ölçeğe göre sabit getiri, 268
ölçek ekonomiler, 338
önce gelen alır, 110
öncü değişkenler, 478
öncü göstergeler indeksi, 479
önder-lider, 388
örtük maliyet, 273
örtülü enflasyon, 112
özdeşlik, 23
özel bilgi, 180
özel mallar, 187
özel marjinal maliyet, 137
özel marjinal yarar, 136
özel mülkiyet hakları, 57
özel sektör, 60, 482
özgürlükçülük, 450

P

para arzı, 590
para benzerleri, 592
para hayalinin olmadığı varsayımı, 605
para ikamesi, 590
para piyasası, 484
para politikası eğrisi, 778
para politikası kuralı, 776
para politikası, 485, 596
para talebi, 713
para, 587

paranın gelir dolaşım hızı, 622
 parasal GDP, 463
 parasal gelir, 81
 Pareto iyileştirmesi, 15
 patentler, 339
 patlama, 476
 Paul Daniel Kahneman, 32
 Paul Samuelson, 221
 paylaşılmış monopol, 387
 Phillips Eğrisi, 577
 Pigoucu vergilendirme, 178
 piyasa arz eğrisi, 87
 piyasa başarısızlığı, 65, 169
 piyasa dengesi, 93
 piyasa dönemi, 321
 piyasa dönemi-pazar dönemi-çok kısa dönem, 322
 piyasa döviz kuru yaklaşımı, 519
 piyasa ekonomileri, 57
 piyasa fiyatı, 93
 piyasa gücü, 190
 piyasa kapitalizmi, 55
 piyasa mekanizması, 55
 piyasa sosyalizmi, 56
 piyasa talep eğrisi, 79
 piyasa, 60, 211
 piyasayı temizleyen fiyat, 93
 planlanan toplam harcama, 660
 planlanan yatırım, 612
 politik iktisadi dalgalanma, 795
 politika karması, 727
 portföy yatırımı-mali yatırım, 499
 potansiyel GDP, 568
 potansiyel hasıla, 610
 pozitif iktisat, 17
 pozitif ölçek ekonomileri, 287
 pozitif-yararlı arz şoku, 748
 pozitif-yararlı talep şoku, 749
 psikoloji, 31

R

rakiplik, 187
 rakipsizlik, 188
 rant arayışı davranışı, 163
 rant, 9
 rasyonel davranış, 27
 rasyonellik varsayımı, 605
 Rawls kuralı, 450
 Rawlsçı eşitlik, 449
 reel değer kaybı, 821
 reel değer kazancı, 822
 reel döviz kuru, 821
 reel gayri safi yurtiçi hasıla, 470
 rekabet gücü, 822
 rekabet, 58
 revalüasyon, 818
 rezerv çarpanı, 595
 rezervler, 594
 Richard Thaler, 32
 Robert E. Lucas, 16
 Robert Giffen, 222

S

sabit döviz kuru sistemi, 818
 sabit fırsat maliyeti, 50
 sabit fiyatlar, 470
 sabit girdi, 261
 sabit sermaye, 10
 sabit yatırım, 497
 saf monopol, 337
 saf oligopol, 381
 satın alma gücü paritesi döviz kuru yaklaşımı, 519
 satın alma gücü paritesi, 823
 Schumpeter-Galbraith hipotezi, 406
 seçici kota, 160
 senyoraj, 590
 serbest mallar, 6
 sermaye hesabı, 806

844 İktisada Giriş

sermaye kaçı, 620
sermaye malları, 7
sermaye tüketim karşılığı, 507
sermaye, 10
sermayenin kiralama maliyeti, 274
servet, 587
sıfır alt sınır faiz haddi, 760
sınırlı hükümet, 58
sinyal-işaret gönderme, 185
sıradan mal, 221
sızıntılar, 682
solow bakiyesi, 652
sonsuz esnek arz, 320
sosyal güvenlik katkıları, 510
sosyal maliyeti, 569
sosyal mallar, 187
sosyalizm, 10
soyutlama, 21
spesifik vergiler, 120
stagflasyon, 794
standart iktisat, 30
stok değişken, 473
stok yatırımı, 497
subprime lending, 756
sübvansiyonlar, 91
sürpriz enflasyon, 541
sürünen enflasyon, 539
sürüyü izlemek, 756

T

tahvil piyasası, 484
takipçi, 388
talebin artması, 80
talebin azalması, 80
talebin belirleyicileri, 81
talebin çapraz fiyat esnekliği, 249
talebin çektiği enflasyon, 541
talebin değişmesi, 80
talebin fiyat esnekliği, 229
talebin gelir esnekliği, 245

talebin nokta fiyat esnekliği, 234
talebin yay fiyat esnekliği, 232
talebin yay gelir esnekliği, 248
talep (rezervasyon) fiyatı, 77
talep edilen miktar, 75
talep edilen miktarın değişmesi, 80
talep enflasyonu, 541
talep fazlası, 92
talep kanunu, 76
talep yönlü makro iktisat politikası, 485
talep yönlü maliye politikası, 487
talep yönlü para politikası, 487
talep, 77
tam bilgi, 305
tam esnek olmayan arz, 319
tam esnek olmayan talep, 231
tam esnek talep, 231
tam ikame, 304
tam istihdam düzeyi çıktısı, 610
tam istihdam işsizlik haddi, 568
tam istihdam, 13, 568
tam olarak beklenen enflasyon, 541
tam rekabet, 299, 305
tamamlayıcı mallar, 6
tamamlayıcı malların fiyatları, 82
tanımsal denklemler, 23
tasarruf fonksiyonu, 668
tasarruf paradoksu, 17, 695
tasarruf-yatırım özdeşliği, 512
tayınlama, 111
Taylor prensibi, 776
tek alıcı, 431
tek fiyat kanunu, 823
teknolojik gelişme, 90
teknolojik giriş engelleri, 339
teknolojik ilerleme, 644
tekrarlanan oyun, 402
telafi edici müdahale, 819
temel yıl, 470
temettü, 510
temsili firma, 317

teori, 20
 terkip hatası, 17
 ters seçilme, 182
 teşebbüs ve seçim özgürlüğü, 57
 teşhis gecikmesi, 761
 tesis, 288
 ticaret açığı, 501
 ticaret dengesi, 806
 ticaret fazlası, 501
 toparlanma, 476
 toplam arz, 743
 toplam değişken maliyet, 276
 toplam etki, 218
 toplam fayda, 199
 toplam fazla, 134
 toplam harcama, 129, 239
 toplam hasılat, 306
 toplam maliyet, 130
 toplam sabit maliyet, 276
 toplam talep eğrisi, 738
 toplam tasarruf, 515
 toplam tüketici fazlası, 131
 toplam üretici fazlası, 133
 toplam üretim fonksiyonu, 606
 toplam üretim, 473
 toplam ürün, 261
 toplam yarar, 129
 toplulaştırma, 15
 toprak, 9
 trampa, 59, 587
 transfer ödemeleri çarpanı, 691
 transfer ödemeleri, 61
 tüketici artığı, 129
 tüketici dengesi, 201
 tüketici fazlası, 129
 tüketici fiyat endeksi, 534
 tüketici fiyatlarıyla enflasyon haddi, 535
 tüketici hakimiyeti, 63
 tüketici rantı, 129
 tüketici, 482
 tüketicilerin zevk ve tercihleri, 82

tüketim fonksiyonu, 662
 tüketim malları, 6
 tüketim, 7, 511
 tüketim-birikim değiş tokuşu, 8
 tüketimde olumlu dışsallık, 170
 tüketimde olumsuz dışsallık, 170

U - Ü

ulusal servet, 517
 uyan değişkenler, 478
 uyarılmış harcama, 675
 uyarılmış tasarruf, 669
 uyarılmış tüketim, 663
 uygulama gecikmesi, 761
 uyumsuzluk işsizliği, 567
 uzun dönem büyüme hızı, 474
 uzun dönem makro iktisadi denge, 749
 uzun dönem marjinal maliyet, 285
 uzun dönem ortalama maliyet, 285
 uzun dönem Phillips eğrisi, 579
 uzun dönem toplam arz eğrisi, 743, 746
 uzun dönem toplam maliyet, 285
 uzun dönem üretim fonksiyonu, 261
 uzun dönem, 261, 233, 321, 322
 üçüncü derece fiyat farklılaştırması, 361
 üretici fazlası-artığı, 132
 üretici fiyat endeksi, 536
 üretici fiyatlarıyla enflasyon haddi, 536
 üretim faktörleri, 8
 üretim faktörlerinin-girdilerin fiyatları, 89
 üretim fonksiyonu, 260
 üretim imkanları eğrisi, 47
 üretim malları, 7
 üretim tekniği, 259
 üretim, 8
 üretimde etkinlik, 14
 üretimde olumlu dışsallık, 170
 üretimde olumsuz dışsallık, 170
 üstün mallar, 81

V - W

vade, 542
vadeli mevduat, 591
vadesiz mevduat, 591
varlık, 9, 588
varlıklar piyasası, 60
varsayımlar, 22
vasıflı emek, 9
vasıfsız emek, 9
vergi bozulmaları, 550
vergi çarpanı, 693
vergi yansıması, 122
vergiler, 61, 90
Vilfredo Pareto, 27
William Ockham, 21
William Stanley Jevons, 209

Y

yabancı portföy yatırımı, 514
yabancı tasarruf, 513
yakın ikamesi olmayan hammaddelerin kontrolü, 338
yanlış neden hatası, 24
yapısal işsizlik, 567
yaratıcı yıkım, 10

yardımseverlik, 27
yatırım geliri, 806
yatırım malları, 7
yatırım patlaması, 827
yatırım talep şedülü, 706
yemek listesi maliyetleri, 549
yeni ürün sapması, 539
yenilenebilir doğal kaynaklar, 9
yenilenemez doğal kaynaklar, 9
yeraltı ekonomisi, 470, 521
yılık büyüme hızı, 475
yıpranma, 504, 507, 640
yönetilen döviz kuru sistemi, 817
yurtdışından net faktör ödemeleri, 506
yurtiçi gelir, 508
yurtiçi harcamalar, 500

Z

zalim strateji, 405
zarar minimizasyonu, 316
zarar, 275
zarf eğrisi, 290
zaruri istekler, 5
zayıf oligopol, 405
zincir ağırlıklandırma, 473
zorunlu mallar, 247

