

KT101U
KT SADA
G R

KISA ÖZET

KOLAYAOF

1.ÜN TE-TEMEL KAVRAMLAR VE TÜKET C DAVRANI I

Mikroiktisat – Makroiktisat:

Mikro iktisat bireylerin yani tüketicilerin ve firmaların davranışlarını ve bu iki grubun karşılıklı etkileşimini inceler. Makro iktisat ise ulusal ya da küresel iktisadi olay ve değişkenleri inceler. Bir ekonomideki enflasyon, işsizlik, dış ticaret, döviz kurları, uluslararası sermaye hareketleri vb. konular ise makro iktisadın inceleme alanına girmektedir.

Piyasalar:

piyasa, bir iktisadi malın alıcı ve satıcılarının bir araya geldi i yer olarak tanımlanabilir. Alıcı ve satıcıların bir araya geldi i yerin sebze hali gibi fiziksel bir mekan olması gerekmemektedir.

KITLIK VE TERC H

Ekonomik sorunlar isteklerin (ihtiyaçların) sahip olduklarımızdan (kaynaklardan) daha fazla olmasından kaynaklanmaktadır. ihtiyaçların kaynaklardan fazla olması durumuna iktisatta “**kıtlık**” diyoruz. Kıtlık için tüm iktisadi problemlerin merkezidir dersek yanılmı olmayız. Kıtlık herkesin kar ı kar ıya kalabilece i bir durumdur. ktisatta kıtlık mutlaka su, ekmek gibi temel ihtiyaçlardan mahrum olmak anlamına gelmez.

Rasyonel Davranı :

ktisatta amaçlarına ula mak üzere sistematik ve bilinçli olarak mevcut alternatifler arasında yapabilece inin en iyisini yapmayı **rasyonel davranı** olarak tanımlayabiliriz. Bireysel çıkarını en çoğa çıkarmaya çalışan rasyonel insana “iktisadi insan (homo economicus)” denir.

Fırsat Maliyeti - Parasal Maliyet:

Tercih bir eyi elde etmemizi sa larken ba ka bir eyden vazgeçmeyi zorunlu kılar. Buna “**ödünle me (trade-off)**” diyoruz. Fırsat maliyeti ile parasal maliyeti birbirinden ayırmak gerekmektedir. Ekonomistler, bir kararın daha çok fırsat maliyetini göz önünde bulundururlar. Çünkü bir eyin maliyeti onu elde etmek için nelerden vazgeçti inizdir.

Üretim mkanları Sınırı:

Ekonomilerin tercihlerini, dolayısıyla kararlarının fırsat maliyetini, **üretim imkanları sınırı (e risi)** ile gösterebiliyoruz. Üretim imkanları sınırı bir ekonominin tüm kaynaklarını ve sahip oldu u teknolojiyi kullanarak gerçekte tirebilece i üretimin sınırlarını gösterir. Bu e rinin negatif e imli olması her tercihin bir fırsat maliyeti oldu unu, dolayısıyla iki seçenek arasında bir ödünle menin oldu unu gösterir.

Marjinal Maliyet - Marjinal Fayda:

Aslında bir kararın yada eylemin do rudan parasal maliyeti ya da fırsat maliyeti o kararı almak için yeterli de ildir. ktisatçıların daha çok üzerinde durdu u bir eylemin do urdu u ilave maliyet ile ilave yararlıdır. Bir eyi yapmanın yarattı ı ilave maliyete **marjinal maliyet**, o eylemden elde edilen ilave yarara ise **marjinal fayda** denir.

kame ve Te vik:

Ekonomik birimlerin kararlarını etkileyen, de i mesine neden olan iki temel faktör vardır. Birincisi hemen hemen birçok eylemin bir ikamesinin var olmasıdır. **kame** bir eyin ba ka bir eyin yerine geçmesidir. Bir davranı ın fırsat maliyetinin de i mesi sonucu ba ka bir davranı ile ikame edilmesinin nedeni ortaya çıkan **te viktir**. Te vik bir davranı ın ortaya çıkmasını özendirir. Te vik bazen bir ödül olabilece i gibi bazen de bir ceza olabilir.

KT SADIN TEMEL SORULARI

Kıtlık ve tercih sorunu ilgili olarak farklı kaynaklarda farklı sayıda soru ortaya atılsa da iktisat biliminin cevaplandırmasını gereken dört temel soru bulunmaktadır. Bunlar:

1. Ne üretilecek,
2. Ne kadar üretilecek,
3. Nasıl üretilecek,
4. Kim üretecek.

Ne Üretilecek?

Serbest piyasa ekonomilerinde ne üretileceğinin kararının verilmesinde en önemli rolü “**fiyat**”lar üstlenir. Firmalar fiyatı maliyetine göre daha yüksek, dolayısıyla kar oranı yüksek olan mal ya da hizmetleri üretirken, fiyatı maliyetinden daha düşük olan malları üretmezler.

Ne Kadar Üretilecek?

İktisat biliminin cevaplama gerektiren ikinci soru olan “bir ekonomide ne kadar mal ya da hizmet üretileceği” sorusu da mevcut ekonomik siteme göre değişimlik gösterecektir. Serbest piyasa ekonomilerinde, yani ürün fiyatının arz ve talep tarafından belirlendiği ekonomilerde, bir ürünün ne kadar üretileceği fiyatlar tarafından belirlenecektir.

Nasıl Üretilecek?

Mal ya da hizmetlerin nasıl üretileceği sorusunun cevabını belirleyen en önemli faktör ekonominin sahip olduğu kaynaklar, diğer bir ifade ile üretim faktörleridir. Bireylerin ihtiyaçlarını karşılayan **mal ve hizmetlerin** üretimi için gerekli olan kaynaklara **üretim faktörleri** denir. Temel olarak dört üretim faktörü vardır. Bunlar:

- ◆ Emek
- ◆ Sermaye
- ◆ Toprak
- ◆ Girişimcilik.

Her ne kadar son derece önemli olsa da bazı kaynaklarda girişimcilik bir üretim faktörü olarak tanımlanmamaktadır.

Kim Üretecek?

Kim üretecek sorusunun böyle sormak ta mümkündür: Ne, ne kadar ve nasıl üretilecek sorularının cevabını kim verecek? Bu soruların cevabı uygulanan **ekonomik sistem’e** göre farklılıklar gösterecektir. **Merkezi planlama ekonomilerinde** (ya da kumanda ekonomileri) ne, ne kadar ve nasıl üretileceği sorularının cevabını devlet verir.

Günümüzde tam anlamıyla ne kumanda ekonomilerinin ne de serbest piyasa ekonomilerinin varlığından söz edemeyiz. Dünyadaki birçok ekonomide her ne kadar derecesi farklı olsa da, devletin piyasalara çeşitli mekanizmalarla müdahale ettiği **karma ekonomik sistem** uygulanmaktadır.

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE FAYDA

Bireylerin mal ve hizmetlerin tüketimi sonucu elde ettikleri tatmin duygusuna **fayda** diyoruz. Tabii ki bireyler tüketecekleri mal ve hizmetlerle ilgili tercihlerini yaparlarken, o mal ve hizmetin sağlayacağı faydayı göz önünde bulundurlar. Tüketiciler sadece bir mal ya da hizmetten sağlayacakları faydayı göz önünde bulundurarak tüketim kararlarını veremezler.

Toplam ve Marjinal Fayda:

Mal ve hizmetlerin tüketimi ile sağlanan faydayı ölçmek mümkün değildir. Fakat konunun anlaşılması bakımından marjinal faydayı ölçebildiğimizi varsayalım. Bir tane mal tüketen bir tüketicinin bu tüketimden elde ettiği toplam tatmine **toplam fayda (U)** diyoruz.

KT SADA G R

Bir malın en son tüketilen biriminden elde edilen ilave faydaya **marjinal fayda (MU)** denir. Marjinal fayda faydadaki de i imin tüketim miktarındaki de i ime oranı olarak formüle edilir. O zaman **X** malının marjinal faydasını (**MU_x**) öyle yazabiliriz:

$$MU_x = \frac{\text{Toplam faydadaki değişim}}{X \text{ tüketimindeki değişim}} = \frac{\Delta U}{\Delta X}$$

Diğer malların tüketim miktarları değişmezken, tüketicinin tükettiği bir maldan elde ettiği toplam fayda artarken, tüketilen malın marjinal faydasının düşmesine "azalan marjinal fayda yasası" denir.

Tüketicinin Fayda Maksimizasyonu:

Daha öncede belirtti imiz gibi iktisadi insan kendi çıkarını maksimize etmeyi amaçlayan insandır. O zaman tüketicilerde kendi çıkarlarını, yani faydalarını, en ço a çıkarmayı hedefleyecektir. Peki, bunu nasıl yapacaklar? E er tüketicinin tüketti i malların fiyatları aynı olsa idi, o zaman bu çok kolay olabilirdi. Eş marjinal fayda ilkesi sınırlı parasal olanakları ile faydasını maksimize etmek isteyen bir tüketicinin mallara harcadığı son liralara marjinal faydalarını birbirine eşitlemesidir. Böylece mevcut bütçesi ile kendisine en yüksek faydayı sağlayan tüketim bilişimini seçmiş olur.

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y}$$

Hepimiz birer tüketici olarak yüzlerce hatta binlerce mal ve hizmet tüketiyoruz. O zaman **n** tane mal tüketen bir tüketicinin faydasını maksimize eden denge ko ulu öyle yazılabilir:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}$$

Bireysel Talep E risi:

Tüketicinin tüketti i mallardan birinin fiyatı de i irse ne olur? Tüketicinin tüketti i malların fiyatlarını etkileyemedi ini daha önce belirttik. O zaman tüketici de i en fiyatlar kar ısında bozulan dengesini yeniden sa layabilmek için ancak malların marjinal faydalarını de i tirebilir. Malların marjinal faydaları ise tüketim miktarı de i tirilerek de i tirilebilir.

Varsayalım ki **X** ve **Y** gibi iki mal tüketen bir tüketicinin tüketti i **Y** malının fiyatı de i mezken, **X** malının fiyatı dü şün. O zaman tüketicinin dengesi bozularak a a ıdaki gibi olacaktır:

$$\frac{MU_x}{P_x} > \frac{MU_y}{P_y}$$

Tüketicinin **Y** malı tüketimini de de i tirmede ini varsayarsak, geriye tüketicinin de i tirebilece i tek ey kalmaktadır. **X** malının marjinal faydası. **X** malının tüketim miktarı de i irse o zaman marjinal faydası da de i ecektir. Azalan marjinal fayda ilkesi gere i, tüketici e er **X** malının tüketim miktarını artırırsa, malın marjinal faydası dü er. Böylelikle tüketici dengesi yeniden kurulabilir.

$$P_x \downarrow \Rightarrow \frac{MU_x}{P_x} > \frac{MU_y}{P_y}; \quad X \uparrow \Rightarrow MU_x \downarrow \Rightarrow \frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$$

Tüketicinin tükettiği mallardan herhangi birisi için bireysel talep eğrisi elde edilirken tükettiği diğer malların fiyatları ve tüketicinin gelirin deği mediği varsayılır.

De er Paradoksu:

Neden neredeyse hiç bir faydası olmayan, sadece dekoratif amaç için kullanılan elmas son derece hayati öneme sahip olan su'dan çok daha fazla de erlidir? İlk kez Adam Smith'in tartı mayaya açtı ı **De er paradoksu (elmas-su paradoksu)** olarak adlandırılan bu paradoksal durum uzun bir süre iktisatçılarda incelemesine konu olmu tur.

GRAF KLER ANLAMAK

“Sayılar yalan söylemez!”. Evet belki ekonomik modeller yanlış sonuçlar üretebilir, ya da doğru bildiğimiz teorilerin bir gün doğru olmadığını ispat edilebilir. Fakat sayılar yalan söylemez. Ekonomik veriler çoğu zaman mevcut durum ile ilgili birçok bilgiyi bize veren en önemli kaynaklardır. Özellikle bilgisayar yazılımlarının gelişmesi ile birlikte çok farklı grafik türleri üretmek mümkün olmakla birlikte, biz burada sıkça karşınıza çıkacak olan dört farklı grafik türünden bahsedeceğiz. Bunlar:

- ◆ Zaman serisi grafiği
 - ◆ Kesit veri grafiği
 - ◆ Serpme diyagramı
 - ◆ Pasta grafiği
- İmdi bu grafik türlerine kısaca bir göz atalım.

Zaman Serisi Grafiği:

İktisatçıların çoğu zaman ilk görmek istedikleri şey herhangi bir iktisadi değişimin zaman içerisinde nasıl bir evrim gösterdiği dır. Bir değişimin farklı zamanlardaki değerlerini içeren veriye “**zaman serisi**” diyoruz. Mesela Türkiye’nin 1960-2010 yılları arasındaki kişi başına düşen GSMH değerleri bir zaman serisidir. Bu tür bir veri kullanılarak çizilen grafikte “**zaman serisi grafiği**” olarak adlandırılır.

Kesit Veri Grafiği:

İktisatta sıkça kullanılan bir diğer grafik türü “**kesit veri grafiği**”dir. Kesit veri grafiği belirli bir zamandaki bir değişimin farklı kategorilerinin grafiğidir. Örneğin Avrupa Birliği (AB) üyesi 27 ülkenin 2012 yılı GSMH değerleri veya 2012 yılı Dünya’nın en zengin 20 insanının servetleri bir kesit veridir ve bu verilerle oluşturulacak grafik “**kesit veri grafiği**” olacaktır.

Serpme Diyagramı:

ki değişimin değerlerini Kartezyen koordinat düzlemi kullanarak birlikte göstermek mümkündür. Bu tür grafiğe “**serpme diyagramı**” denir.

Pasta Grafiği:

Kitaplarda, dergilerde hatta televizyon programlarında sıkça gördüğümüz bir diğer grafik türü “**pasta grafiği**”dir. Bir bütünün paylarını göstermenin en etkin yolu pasta grafiği kullanmaktır. Toplam nüfusun farklı yaş gruplarına dağılımı, ekonomi içerisindeki farklı sektörlerin toplam içerisindeki payları, ihracatın sektörlerarası dağılımı, partilerin oy dağılımı, gelir dağılımı vb. birçok konu pasta grafiği ile gösterilebilir.

Bir Ekonomik Model Olarak Grafikler:

Grafikler aslında sadece ekonomik ve sosyal durumun resmini yansıtmazlar. Grafikler aynı zamana basit birer ekonomik model olarak algılanabilirler. Zira grafikler, değişkenler arasındaki ilişkileri yansıtır.

Türkiye’nin 1960-2010 yılları kişi başına düşen GSMH grafiği aslında kişi başına düşen GSMH ile zaman arasındaki ilişkiyi gösteren basit bir modeldir. Bu modeli matematiksel olarak göstermek istersek, y kişi başına düşen GSMH’yi ve t zamanı temsil etmek üzere, şöyle yazılabilir:

$$y = f(t)$$

“Ceteris paribus” Latince kökenli, “diğer faktörler (değişkenler) sabitken” anlamına gelen ve iktisatta sıkça kullanılan bir kalıptır. Çünkü iktisatta bir değişkendeki değişim etkilerini görebilmek için ilişkili diğer faktörleri sabit tutmak gerekmektedir. Örneğin “tüketici kredi faizleri düştü, o yüzden otomobil satışları arttı” diyebilmemiz için aynı dönemde tüketici geliri, otomobil fiyatı, vergiler gibi otomobil talebini belirleyen diğer faktörlerin değişmemiş olması gerekir.

E im

ki de i ken arasındaki marjinal ili kiyi gösteren e im iktisatçı için çok önemlidir. **E im** ba ımsız de i kende bir de i imin ba ımlı de i kene etkisi gösterir ve öyle hesaplanır:

$$y = f(x) \text{ ise,}$$

$$\text{eğim} = \frac{\text{bağımlı değişkendeki değişim}}{\text{bağımsız değişkendeki değişim}}$$

$$\text{eğim} = \frac{y' \text{deki değişim}}{x' \text{deki değişim}}$$

$$\text{eğim} = \frac{\Delta y}{\Delta x}$$

Yukarıdaki e itlikte ∇ de i imi temsil etmektedir. ki de i ken arasındaki ili kiyi gösteren bir ekonomik modelde, e imin i areti de i kenler arasındaki ili kinin yönünü gösterirken, e imin büyüklü ü ili kinin iddetini gösterir. Dolayısıyla e er hesaplanan e im katsayısını negatif ise, de i kenler arasında ters yönlü (negatif) bir ili ki, pozitif ise de i kenler arasında do ru yönlü (pozitif) bir ili ki oldu unu gösterir.

Bir E ri ya da Do runun E iminin Hesaplanması:

Bir do runun e imi hesaplanırken do runun hangi noktasında e im hesaplandı nın bir önemi yoktur. Zira do ru üzerindeki tüm noktalarda e im aynı olacaktır. Fakat bir e ri için e im hesaplarken aynı eyi söyleyemeyiz. Çünkü e ri üzerindeki her farklı noktada e imde farklı olacaktır.

De i kenler Arasında Pozitif ve Negatif li kiler ve E im:

De i kenler arasındaki ili kiyi resmeden e ri yada do ruların ekileri, bu de i kenler arasındaki ili kinin yönünü ve büyüklü ü belirleyen e im katsayısı tarafından belirlenecektir. E er de i kenler arasındaki ili kinin yönü ve büyüklü ü de i miyorsa, yani e im sabitse, bu ili ki bir do ru ile gösterilirken, e er ili kinin yönü ve büyüklü ü de i iyorsa o zaman bir e ri ile kar ı kar ıya kalaca ız. E er de i kenler arasında pozitif bir ili ki var ise, e im sıfırdan büyük, fakat negatif bir ili ki var ise e im sıfırdan küçük olacaktır.

Bir Fonksiyonun Maksimum veya Minimum Noktası ve E im:

Ekonomik birimler ço u zaman amaçlarını optimize etmeye çalı ırlar. Bu aslında amacı maksimize ya da minimize etmekten ba ka bir ey de ildir. Tüketiciler faydasını maksime etmeyi, firmalar maliyetlerini minimize etmeyi ya dakarlarını maksimize etmeyi amaçlarlar. O yüzden bir fonksiyonun minimum ya da maksimum de eri iktisadi analizde çok önemlidir. Fonksiyonun eğiminin sıfır olduğu noktada fonksiyonun minimumda mı yoksa maksimum da mı olduğu anlamak için daha ileri düzey analizler yapmak gerekmektedir.

li kisiz De i kenler:

ki de i ken arasında bir ili ki yok ise, yani de i kenler birbirinden ba ımsız ise, o zaman de i kenlerden birinde bir de i im olsa bile di eri sabit kalacaktır. Türkiye'ye gelen göçmen ku larla Türkiye'nin enflasyon oranı arasında bir ili ki olmasa gerek.

Bu Özetin tamamını,Çıkmış Sorularını,Deneme Sorularını adresinize gönderiyoruz!...

Tıklayınız



<https://www.kolaysinavlar.com/iktisada-giris-ikt101u?search=ikt101u>