



İKTİSADA GİRİŞ 1

HAMMADDE: Üretim sürecinde kullanılan ve kullanıldığında biten kaynaklar.

HİZMET: Üretiminde kıt kaynakların kullanıldığı, insan ihtiyaçlarını karşılama özelliğine sahip fiziki varlığı olmayan ürünler.

MARJİNAL ANALİZ, mevcut şartlar değiştiğinde ortaya çıkacak durumun incelenmesidir.

Tam Rekabet Piyasasında piyasaya yeni firmaların girmesi, piyasa arz eğrisinin sağa kaymasına sebep olur.

MARJİNAL FAYDA: Belirli bir zaman diliminde bir maldan, bir birim daha fazla tüketilmesi sonucunda ortaya çıkan toplam faydadaki değişme olarak tanımlanır.

Marjinalistler azalan marjinal fayda varsayımını kullanarak, bireyin bir mala ilişkin talep eğrisinin negatif eğimli olduğunu ispatlamaya çalışmışlardır.

Bir tüketicinin sadece bir mal tükettiği durumda, toplam fayda fiyata eşit olana kadar tüketmeye devam eder.

Gelir, diğer şartlar sabitken, gelir artışı durumunda malların talebi artabilir veya azalabilir.

- **NORMAL MAL:** Gelir artarken talebi artan mallara **Normal Mal** denir.
- **DÜŞÜK MAL:** Gelir artışı durumunda talebi azalan mallara ise **Düşük Mal** denir.

AŞIRI ARZ YA DA ARTIK, veri fiyat düzeyinde arz edilen miktarın talep edilen miktardan fazla olma durumudur.

ARZDAKİ DEĞİŞMELERİN (KAYMALAR) SEBEPLERİ:

- Girdi Fiyatlarındaki Değişmeler
- Teknolojik Gelişmeler
- Beklentiler
- Üretici (Satıcı) Sayısındaki Değişmeler
- Vergi ve Sübvansiyonlar

ÜRETİM KOTASI, devletin arz edilen mal veya hizmet miktarını sınırlayarak, tam rekabet koşullarında oluşmuş olan piyasa fiyatını üreticilerin lehine arttırması yönündeki bir politikayı tanımlamaktadır.

İTHALAT KOTASI ise, belli bir dönem boyunca ithal edilen ürün miktarı üzerine bir tavan koyulmasıdır. İthalat kotalarının amacı ulusal endüstrileri diğer ülke üreticilerinin rekabetinden korumaktır.

- Üretim ölçeği arttıkça uzun dönem ortalama maliyetlerin artmasına **NEGATİF ÖLÇEK EKONOMİLERİ** denir.
- En düşük maliyetle üretimin gerçekleştirildiği üretim ölçeğine **OPTİMUM (İDEAL) ÜRETİM ÖLÇEĞİ** denir.



TAM REKABET PİYASASINDA KAR MAKSİMİZASYONU ŞARTI:

$$\underline{MC=MR \text{ veya } MC=P}$$

- $MC > MR$ ise üretim artırılır.
- $MC < MR$ ise üretim azaltılır.

Üretim ölçeği arttıkça uzun dönem ortalama maliyetlerin artmasına **NEGATİF ÖLÇEK EKONOMİLERİ** denir.

En düşük maliyetle üretimin gerçekleştirildiği üretim ölçeğine **OPTİMUM (İDEAL) ÜRETİM ÖLÇEĞİ** denir.

OLİGOPOL, farklılaştırılmış veya homojen bir ürünün az sayıda ancak büyük ölçekli firmalar tarafından arzının gerçekleştiği piyasalardır.

İMTİYAZ: Belli bir ürünün üretiminin veya hizmetin sunumunun devlet veya yerel yönetim tarafından imtiyazlı bir şekilde tek firmaya verilebilmesine imtiyaz denir.

LİSANS ise bir piyasaya veya uzmanlık alanına giriş için devlet tarafından yapılan düzenlemeye denir.

TÜKETİCİ ARTIĞI: Tüketicinin bir mal için ödemeyi arzu ettiği fiyat ile gerçekte satın aldığı fiyat arasındaki farktır. Yani talep eğrisi altında ve piyasa fiyatı üzerindeki alan tüketici artığıdır.

ÜRETİCİ ARTIĞI: Üreticilerin her ilave birimi üretmek için kabul etmeye hazır oldukları minimum fiyatlarla piyasada oluşan denge fiyatı arasındaki farkların toplamıdır.

TOPLAM ARTIK: Tüketici ve üretici artığının toplamıdır.

MARJİNAL ÜRÜN HASILASI, bir girdiye ait marjinal fiziksel ürün miktarı ile ürünün piyasa fiyatının çarpımı sonucu elde edilen toplam parasal gelirdir.

$$MRP = (MPP) \times (P)$$

TAHSİS ETKİNLİĞİ: Herhangi bir piyasada tüketicilerin memnuniyetini azaltmaksızın üretim faktörlerinin bir başka piyasada kullanılmasının olanaksız olduğu duruma tahsis etkinliği denir.

TAM REKABET PİYASASININ ÖZELLİKLERİ;

- Piyasada çok sayıda alıcı ve satıcının olması gerekir.
- Piyasadaki firmalar tarafından satılan ürünler homojen olmalıdır.
- Piyasadaki taraflar fiyat, kalite vb. konular hakkında tam bilgiye sahip olmalıdır.
- Firmalar piyasaya çok kolay girebilmeli ve çıkabilmelidir.