

MİKRO İKTİSAT

İktisat, kıt kaynaklarla sınırsız olan insan ihtiyaçlarının idare edilmesini inceleyen sosyal bir bilim dalıdır.

İhtiyaç, karşılandığında haz ve mutluluk, karşılanmadığında ise acı ve mutsuzluk veren bir duygudur.

İhtiyacın özellikleri:

- İhtiyaçlar sınırsızdır.
- İhtiyaçlar tüketiciden tüketiciye, toplumdan topluma ve zaman içerisinde de değişebilmektedir.
- İhtiyaçlar tatmin edildikçe şiddetleri azalmakta ve kendilerini tekrar etmektedirler.
- İhtiyaçlar, belirli bir zaman dilimi için tanımlıdır.
- Sınırsız sayıda olan insan ihtiyaçları, mal veya hizmet kullanılarak giderilmektedir.

Talebi Etkileyen Faktörler:

- Malın kendi fiyatı,
- Tüketicinin gelir düzeyi,
- İkame malların fiyatı,
- Tamamlayıcı malların fiyatı,
- Tüketicinin zevk ve tercihleri,
- Tüketici sayısı

İkame malların fiyatı: Aynı ihtiyacı karşılamak için birbiri yerine kullanılan mallara **ikame mallar** denir. Bu mallar aynı gereksinimi karşılamak amacıyla kullanıldığı için rakip mallar olarak da bilinirler. Örneğin, kahve ve çay, aynı ihtiyacı karşılamak için kullanıldığından ikame mallardır.

Özellikleri: Talep edilen miktarı etkileyen ikame malının fiyatı dışındaki faktörler sabitken,

- İkame malın fiyatı yükseldikçe o maldan talep edilen miktar artmakta ve ikame malın fiyatı düştükçe ise söz konusu malın talep edilen miktarı azalmaktadır.

İkame malın fiyatındaki bir artış o malın talep eğrisini sağa doğru, ikame malın fiyatındaki azalış ise talep eğrisini sola doğru hareket ettirir.

Tamamlayıcı malların fiyatı: İhtiyaçların karşılanmasında biri olmadan diğeri kullanılamayan veya birlikte kullanılan mallara **tamamlayıcı mallar** adı verilir. Mesela, sağ eldiven ve sol eldiven biri olmadan diğeri kullanılamayan, şeker ve çay ise birlikte kullanılan mallardır.

Özellikleri: Talep edilen miktarı etkileyen tamamlayıcı malın fiyatı haricindeki faktörler sabitken

- Tamamlayıcı malın fiyatı arttıkça söz konusu maldan talep edilen miktar düşmekte, tamamlayıcı malın fiyatı azaldıkça ise o malın talep edilen miktarı yükselmektedir. D

Tamamlayıcı malın fiyatındaki bir artış o malın talep eğrisini sola doğru, tamamlayıcı malın fiyatındaki azalış ise talep eğrisini sağa doğru kaydırır

Talep kanununun istisnası: **Talep kanunu**, talep edilen miktara etki eden diğer faktörler sabitken bir malın fiyatının artması halinde o malın talep edilen miktarının azaltacağını ve fiyatın azalması durumunda ise söz konusu malın talep edilen miktarının artacağını ifade etmektedir. Fakat bu mal, Giffen malı veya Veblen malı ise talep kanunu geçersizdir.

Giffen malı, Robert Giffen tarafından 19. yüzyılda keşfedilmiştir. Giffen, İrlanda'da fakir işçilerin temel gıda maddeleri olan patates taleplerini incelemiştir. Fakir işçilerin patatesin fiyatı yükseldiğinde talep ettikleri patates miktarını arttırdıkları ve patates fiyatı düştüğünde ise talep ettikleri miktarı azalttıkları tespit edilmiştir. İşçilerin bu davranışlarında negatif gelir etkisinin pozitif ikame etkisinden büyük olmasından dolayı talep eğrisinin pozitif eğimli olmasına yol açar.

Veblen malı, gösteriş tüketimine konu olan mallardır. Veblen, tüketicilerin talebinin altında yatan sosyolojik ve psikolojik faktörleri incelemiştir. Sonuç olarak tüketicilerin bazen fiyatı yükselen mallardan daha fazla satın alabileceklerini ortaya koymuştur. Gösterişe konu olan bazı mallar (örneğin elmas gibi), çok yüksek fiyattan satılmaktadır. Bu malların fiyatının yükselmesi tüketiciyi daha gösterişli hale getirdiği için talep edilen miktarını da yükseltmektedir. Bu yüzden, bu mallara ait talep eğrisi de pozitif eğimli olmaktadır.

Sınav öncesinde son tekrar için hazırladığımız bu Gümüş Not;

Altın Notlar ve Altın Sorular'dan hazırlık yapan öğrencilerimizin anlayacağı şekilde kısaltılarak hazırlanmıştır.

www.akademiaof.com

Snop mallar (züppe etkisi), snop olarak nitelendirilen kişiler tarafından talep edilmektedir. Snoplar, sürüden ayrılarak, kendilerince daha üstün gördükleri yani daha üst statüdeki bireylere benzemek için çaba gösterirler. Bu yüzden, yüksek fiyat düzeyindeki ürünleri satın almayı ve pahalı mekânlara gitmeyi tercih ederler. Satın aldıkları malların herkes tarafından kolaylıkla satın alınamaması için, fiyatı çok yüksek seviyede olan malları talep ederler. Malın fiyatı düştüğünde ise o malın tüketiminden vazgeçerler. Dolayısıyla tüketici sayısının artması bu mallar için talebi negatif yönde etkilemektedir.

Bandwagon mallar (sürüye uyma etkisi), başkalarından geri kalmama etkisiyle veya sürüye uyma etkisiyle talep edilen mallardır. Böyle bir mal için, fiyatı düşen bir malın talep edilen miktarında beklenenden daha büyük bir artış yaşanmaktadır. Diğer kişilerden geri kalmamak vb. sebeplerle o malı daha çok satın almaktadırlar.

Talebin fiyat esnekliği veya kısaca talep esnekliği, talebin fiyat esnekliği, talep edilen miktardaki yüzde değişimin, fiyattaki yüzde değişime oranına eşittir.

Ör: Elmanın fiyatında %5 oranında bir azalış olması halinde, talep edilen miktarı %10 oranında artıyorsa, talebin fiyat esnekliği: $ED = \%10 / \%5 = -2$ 'dir.

Talebin fiyat esnekliği katsayısı, sıfır ile sonsuz arasında değerler almaktadır. Talebin fiyat esnekliğinin bire eşit olmasına ($ED=1$), **birim esnek talep** denilmektedir (birim elastik). **Birim esnek talep**, talep edilen miktardaki yüzde değişimin, fiyattaki yüzde değişime eşit olmasını gösterir.

Eğer söz konusu katsayı birden büyük ise ($ED>1$) yani, talep edilen miktardaki yüzde değişim, fiyattaki yüzde değişimden daha büyükse, talep esnektir (elastik).

Talebin fiyat esnekliği katsayısı birden küçük ise ($ED<1$) yani, talep edilen miktardaki yüzde değişim, fiyattaki yüzde değişimden daha küçükse, talep esnek değildir (inelastik).

Talebin Fiyat Esnekliği İle İlgili Özel Durumlar: Üstündeki tüm noktalarda talebin fiyat esnekliğinin aynı olduğu üç özel talep eğrisi veya doğrusu bulunmaktadır.

1. Esnekliğin her noktada sonsuz olduğu sonsuz esnek talep doğrusudur. Talep doğrusunun miktar eksenine paralel olduğu durumda, talep doğrusu üzerindeki her noktada esneklik katsayısı sonsuza eşittir.
2. Esnekliğin her noktada sıfır olduğu sıfır esnek talep doğrusudur. Talep doğrusunun fiyat eksenine paralel olması durumunda, fiyatta meydana gelecek değişim karşısında talep edilen miktarda bir değişim olmayacaktır. Dolayısıyla doğru üzerindeki her noktada esneklik katsayısı sıfır değerini alır.

Talebin Fiyat Esnekliğine Etki Eden Faktörler:

Mala karşı duyulan gereksinmenin şiddeti, o malın ikamesi durumunda olan malların varlığı veya yokluğu, söz konusu malın tüketici bütçesindeki önemi ve talep süresinin uzun veya kısa olmasıdır. Tüketicinin şiddetli bir şekilde gereksinim duyduğu malların talepleri esnek değilken zorunlu bir gereksinim duyulmayan malların talebi esnektir.

1. **İkame olanağı:** Çok fazla yakın ikamesi olan bir malın talebi esnek olmasına karşın yakın ikamesi olmayan malların talebi esnek değildir.
2. **Tüketici bütçesindeki önem:** Bir mal için yapılan harcama tüketici bütçesinde önemli bir yer tutuyorsa, o malın talebi esnektir.

Zaman: Talebin fiyat esnekliği, kısa döneme nispeten uzun dönemde daha esnektir. Çünkü uzun dönemde tüketiciler herhangi bir malı başka mallar ile ikame etme imkânına sahip olurlar.

Vergilendirme: Devlet, mal veya hizmet üzerine koyacağı bir satış vergisi ile de piyasa fiyatına dolaylı yoldan müdahalede bulunabilir.

Vergi Türleri: Vergiler alınış biçimine göre dolaylı ve dolaysız vergilerden oluşmaktadır.

1. **Dolaylı vergiler**, harcama yapılırken alınan vergiler; dolaysız vergiler ise gelir veya servet üzerinden doğrudan alınan vergilerdir.
2. **Dolaysız vergiler**, götürü usulde olabileceği gibi gerçek usulde de olabilir. Dolaylı vergiler ise piyasada mal veya hizmetin satışından dolayı ödenen vergilerdir. Bu vergileri, verginin hesaplanış şekline göre spesifik ve ad valorem vergi olmak üzere ikiye ayırabiliriz.

Sınav öncesinde son tekrar için hazırladığımız bu Gümüş Not;

Altın Notlar ve Altın Sorular'dan hazırlık yapan öğrencilerimizin anlayacağı şekilde kısaltılarak hazırlanmıştır.

www.akademiaof.com

2.a. Spesifik vergi: Spesifik vergi, mal veya hizmetin değerinden bağımsız olarak alınan sabit bir miktardır. Ağırlık, hacim, uzunluk vb. gibi çeşitli biçimlerde tespit edilen ölçü birimi üzerinden alınan vergilerdir.

2.b. Ad valorem vergi: Ad valorem vergi ise malın ya da hizmetin değerinin yüzdesi şeklinde alınan vergi türüdür. 1985 yılından beri ülkemizde uygulanan Katma Değer Vergisi advalorem vergilerin en iyi örneklerinden biridir. KDV, satış fiyatının bir yüzdesi olarak alınmaktadır (%8, %18 vb.).

Azalan Marjinal Fayda İlkesi, bir tüketicinin herhangi bir malın birbirini takip eden birimlerinden elde ettiği faydanın, diğer bütün malların tüketim miktarı sabitken, ilgili malın tüketilen miktarı arttıkça giderek azalması biçiminde ifade edilebilir. Bu ilke, aynı zamanda **I. Gossen Kanunu** olarak da bilinmektedir.

Eş Marjinal Fayda İlkesi: Eş marjinal fayda ilkesi, bir tüketicinin gelirini çeşitli mal veya hizmetler arasında her bir mal ya da hizmete harcayacağı son para biriminden elde edeceği marjinal faydalar eşit olacak şekilde dağıttığında faydasını en üst düzeye çıkarması şeklinde ifade edilmektedir. Eş marjinal fayda ilkesi, tüketicinin denge koşulunu göstermektedir. Bu ilke, **II. Gossen Kanunu** olarak ifade edilmektedir

Kayıtsızlık eğrileri, aynı fayda düzeyini ifade eden çeşitli mal bileşimlerini gösteren eğridir

Kayıtsızlık Eğrilerinin Özellikleri

Kayıtsızlık eğrileri, orijinden uzaklaştıkça daha fazla fayda düzeyini göstermektedir

Kayıtsızlık eğrileri negatif eğimlidir

Kayıtsızlık eğrileri orijine dış bükeydir.

Kayıtsızlık eğrileri kesişmezler

Kayıtsızlık eğrisi üzerinde tüketicinin tükettiği mal bileşimleri farklı olmasına rağmen elde ettiği fayda düzeyi daima aynıdır.

Eş ürün eğrilerinin özellikleri

- Eş ürün eğrileri, orijinden uzaklaştıkça daha fazla üretim düzeyini göstermektedir. Her bir üretim düzeyi için farklı bir eş ürün eğrisi çizilebilmektedir.
- Eş ürün eğrileri negatif eğimlidir. Eş ürün eğrileri, üretimin ekonomik bölgesinde negatif eğimlidir
- Eş ürün eğrileri orijine dış bükeydir. Eş ürün eğrisinin orijine dış bükey olması, sol yukarıdan sağ aşağıya doğru eğimin giderek azalmasını ifade eder.

Eş ürün eğrileri kesişmezler. Her eş ürün eğrisi farklı bir üretim düzeyini temsil eder.

Üretim, üretim faktörlerinin bir araya getirilmesi ile mal veya hizmet oluşturulması şeklinde tanımlanabilir.

Bir mal veya hizmetin faydası dört farklı şekilde arttırılmaktadır.

Eğer, **bir malın yerini değiştirerek faydasını arttırabiliyorsak,**

Herhangi bir malın zamanı değiştirilerek faydası arttırılabiliyor

Bir malın fiziki veya kimyevi özelliklerini değiştirerek

Bir malın mülkiyetinin el değiştirmesi

Talep edilen miktara etki eden diğer faktörler sabitken, bir malın fiyatının değişmesi hâlinde o malın talep edilen miktarı iki etki sebebiyle değişir. Bunlar, *gelir ve ikame etkileridir.*

İkame etkisi, tüketicinin satın aldığı mallardan birinin fiyatının düşmesi neticesinde öteki mallardan satın aldığı miktarı azaltarak fiyatı düşen maldan daha fazla satın almasıdır.

Gelir etkisi, satın aldığı malın fiyatının düşmesi sonucunda nominal geliri aynı olan tüketicinin reel gelirinin yükselmesi ile fiyatı düşen maldan satın aldığı miktarı değiştirmesini ifade eder.

- Mal normal bir mal ise, gelir ve ikame etkileri aynı yönlüdür.
- Mal düşük bir mal ise gelir ve ikame etkileri farklı yönlere sahiptir.
- Hem normal ve hem de düşük malların talep eğrileri negatif eğimlidir.