

Bölüm 8: TAM REKABET PİYASASI

Firmaların piyasalarda nasıl davranacağı, piyasa yapısı ile yakından ilişkilidir.

Ekonomi teorisine göre piyasalar yapılarına göre 4 ana gruba ayrılır.

1. Tam rekabet piyasası
2. Monopolcü (tekelci) rekabet piyasası
3. Oligopol piyasası
4. Monopol (tekel) piyasası

Tam Rekabet Piyasasının Özellikleri:

1. Piyasada Çok Sayıda Alıcı ve Satıcının Bulunması:
2. Malın Homojen Olması:
3. Alıcı ve Satıcıların Piyasaya İlişkin Tam Bilgiye Sahip Olması:
4. Piyasaya Giriş ve Çıkışın Serbest Olması:

1. Piyasada Çok Sayıda Alıcı ve Satıcının Bulunması:

Çok sayıda ifadesinin anlamı şudur: O kadar çok sayıda alıcı ve satıcı bulunsun ki **hiçbiri tek başına piyasa fiyatını değiştiremesin.**

Tam rekabet piyasasında firmalar piyasada oluşan fiyatı veri kabul eder ve o fiyattan istediği miktarda mal satabilir. Bir firmanın piyasa payı çok küçük olduğundan piyasa fiyatı bu satışlardan etkilenmez.

Dolayısıyla tam rekabet piyasasında bir firma kâr maksimizasyonu için fiyatı veri alır ve ne kadar üreteceğini seçer.

2. Malın Homojen Olması:

Piyasadaki mallar tam ikamedir. Dolayısıyla alıcılar malların homojen (aynı) olması nedeniyle satıcılar arasında bir ayırım yapmaz. Alıcıların ve satıcıların piyasa fiyatının dışında bir fiyat önermeleri ve belirlemeleri söz konusu olamaz.

3. Alıcı ve Satıcıların Piyasaya İlişkin Tam Bilgiye Sahip Olması:

Alıcı ve satıcılar piyasadaki fiyatlar ve miktarlar ile ilgili tam bilgiye sahiptir.

4. Piyasaya Giriş ve Çıkışın Serbest Olması:

Bir firmanın piyasaya girmesine veya piyasadan çıkmasına ekonomik, yasal veya teknolojik herhangi bir engel bulunmamalıdır.

TAM REKABET PİYASASINDA FİRMANIN DENGESİ

Tam rekabette bir firmanın kârını maksimize etmesine **firma dengesi** denir.

Firmanın kârı π ile gösterilsin. Bu durumda $\pi = TR - TC$. (kâr=toplam hasılat - toplam maliyet)

Temel Noktalar:

- i) Firmalar tam rekabette fiyatı yani P 'yi veri olarak alacaktır.
- ii) Üretim miktarı değişse de fiyat yani P değişmeyecek ve sabit kalacaktır: \bar{P} .

Toplam Hasılat ve İlgili Kavramlar:

Toplam Hasılat (TR): Bir firmanın satışlarından elde ettiği gelir.

$$TR = \bar{P} \times Q \text{ (Sabit Fiyat x Miktar)}$$

Ortalama Hasılat (AR): Bir firmanın sattığı mallardan elde ettiği ortalama gelir.

$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{\bar{P} \times Q}{Q} = \bar{P}$$

Marjinal Hasılat (MR): Bir firmanın bir birim daha fazla üretip satması neticesinde toplam gelirden meydana gelen değişim.

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{\Delta \bar{P} \times Q}{\Delta Q}$$

Q'daki değişimi tanımdaki gibi 1 kabul edersek:

$$MR = \frac{\bar{P} \times (Q + 1) - \bar{P} \times Q}{1} = \frac{\bar{P} \times Q + \bar{P} - \bar{P} \times Q}{1} = \bar{P}$$

Sonuç itibarıyla tam rekabet piyasasında $P=AR=MR$ eşitliği geçerlidir.

Örnek: Tam rekabet piyasasında bir firma defter üretmektedir. Defterin piyasa fiyatı 10 TL iken bu firma 8 tane defter üretir ve satar ise firma için toplam hasılat, ortalama hasılat ve marjinal hasılat kaç olur?

Not: Ortalama hasılat ve marjinal hasılat satış miktarından bağımsızdır.

Bu firma fiyatı 10 TL olan defterden 8 tane üretilip satar ise toplam hasılat $10 \times 8 = 80$ TL olur.

Ortalama hasılat ise toplam hasılatın çıktığı miktarına yani 8'e bölümdür. Bu durumda ortalama hasılat $80/8 = 10$ TL olur, yani fiyata eşit olur.

Marjinal hasılat ise üretimdeki 1 birim artışın toplam hasılayı ne kadar değiştirdiğidir. Bir firma 8 yerine 9 defter satsa idi toplam hasılası 90 TL olur idi. Bu durumda 1 tane defter daha fazla satmak toplam hasılatı 10 TL yani fiyat kadar arttırmıştır.

Dolayısıyla toplam hasılat 80 TL, ortalama ve marjinal hasılat 10 TL'dir.

Sonuç itibarıyla tam rekabet piyasasında $P=AR=MR$ eşitliği geçerlidir.

Toplam Maliyet:

Toplam Maliyet=Üretilen Miktar x 1 Birim Üretmenin Maliyeti

Örneğin 1 tane defteri üretmenin maliyeti 7 TL ise 8 tane defter üretmenin maliyet $7 \times 8 = 56$ TL olur.

Bu defterler 10 TL'ye satılıyor ise toplam hasılat $10 \times 8 = 80$ TL olur.

Bu durumda kâr toplam hasılat – toplam maliyetten $80 - 56 = 24$ TL olur.

Kâr Maksimizasyon koşulu:

PİYASA YAPISI NE OLURSA OLSUN bir firmanın kârını maksimize eden koşul Marjinal Hasılat ile Marjinal Maliyet ($MR=MC$) eşitliğidir. Yani ilave birim üretmenin getirisi (MR) ile ilave birim üretmenin maliyeti (MC) birbirine eşittir. Peki bu nokta neden dengedir (kârı maksimize eder)?

Çünkü ilave birim üretmenin getirisi, ilave birim üretmenin maliyetinden yüksek olursa ($MR>MC$) firma üretimini arttırır. Ya da ilave birim üretmenin getirisi, ilave birim üretmenin maliyetinden düşük olur ise ($MR<MC$) firma üretimini azaltır. Ancak ve ancak ilave birim üretmenin getirisi ile ilave birim üretmenin maliyeti birbirine eşit olursa firma üretimini değiştirmek istemez ve denge sağlanarak kâr maksimize edilir.

Tam rekabette $P=MR=AR$ olur. Bu koşul $MR=MC$ ile birleştirilirse tam rekabette kâr maksimizasyon koşulu $P=MC$ şeklinde de ifade edilebilir. (FİYAT=MARJİNAL MALİYET)

Not: Kârın sıfır olduğu noktaya **başabaş noktası** denir. Firmaların üretimi durdurmasını ifade eden noktaya da **kapatma noktası** denir.

BÖLÜM 9: MONOPOL (TEKEL) PİYASASI

Monopol firma, tek satıcı ya da tekel olarak da adlandırılır.

Monopol piyasası, i) tek bir firmanın bulunduğu, ii) bu firmanın üretilip sattığı malların yerine kolayca ikame edilebilir başka malların olmadığı ve ayrıca iii) başka firmaların piyasaya girmesinde kısıtlamalar ve/veya zorluklar bulunması monopol piyasasının diğer bir önemli özelliğidir.

Başka firmaların piyasaya girmesindeki kısıtlamalar ve/veya zorluklar bulunması:

1. Doğal Kısıtlamalar:

Bir piyasaya giriş yapmak doğası gereği çok maliyetli olabilir (sabit maliyetler çok yüksek olabilir).

2. Yasal Kısıtlamalar:

a) Devletin verdiği işletme imtiyazı/lisans

b) Patent/Telif Hakkı

Kartel, firmaların yaptıkları anlaşmalarla bir birlik (monopol gücü) oluşturmaktır. Uluslararası düzeyde en güzel örnek OPEC (petrol ihraç eden ülkeler örgütüdür).

MONOPOLDE DENGİ (Kâr maksimizasyonu)

PİYASA YAPISI NE OLURSA OLSUN bir firmanın kârını maksimize eden koşul Marjinal Hasılat ile Marjinal Maliyet (MR=MC) eşitliği olduğunu görmüştük.

Burada tam rekabetin aksine firmanın monopol gücünü kullanarak (tek satıcı olma gücünü) fiyatı arttırma şansı vardır. Monopol piyasasında kâr maksimizasyon koşulunda fiyat, marjinal hasılatın ve dolayısıyla marjinal maliyetten büyüktür:

$$P > MR = MC$$

Tam rekabet piyasası & Monopol piyasası karşılaştırılması:

Tam rekabet piyasasında üretim daha çok fiyat ise daha düşük olur.

Bir başka değişle, monopol piyasasında üretim daha az ama fiyat daha yüksek olur.

Ekonomik etkinlik P=MC durumunda sağlanır. Dolayısıyla ekonomik etkinlik tam rekabet piyasasında sağlanırken monopolde sağlanmaz.

Monopol ile ilgili bazı çözüm önerileri:

1. Hiçbir şey yapılmaz. Uzun dönemde başka firmaların piyasaya girmesiyle monopol ortadan kalkacaktır. Örneğin sıhhi tesisat konusunda eskiden sadece Vitra markası varken şimdi çok sayıda firma vardır.
2. Monopoller birbiriyle rekabet eden iki veya daha fazla sayıda firmaya bölünsün. A.B.D.'de bu politika bazı durumlarda uygulanmıştır.
3. Monopollerin ekonomik kârları daha çok vergilendirilsin. Böylelikle elde edilecek gelir ile toplum yararına daha çok hizmet yapılabilir.
4. Monopollerin ürettiği mal miktarları ve uyguladığı fiyatlar düzenlensin. Regülasyon olarak da adlandırılan bu düzenlemeler ile tüketicilerin fayda sağlandırılması amaçlanmaktadır.

FİYAT FARKLILAŞTIRILMASI:

Aynı malın farklı alıcılara farklı fiyatlardan satılmasına **fiyat farklılaştırılması** denir.

2 ana gruba ayırabiliriz:

1. Satın Alınan Miktarla Göre Fiyat Farklılaştırılması: Örneğin, monopolcü firma satın alınan miktar arttıkça birim fiyatı düşürebilir.

2. Malın Satıldığı Piyasaya Göre Fiyat Farklılaştırılması:

a) Gelire göre (örneğin yüksek gelire daha yüksek fiyat uygulaması gibi)

b) Mevsime göre (örneğin uçak bilet)

c) Kullanımına göre (örneğin elektrik sanayide başka konutlarda başka fiyatlandırılmaktadır).

d) Yaşa göre (örneğin 65 yaş üstü indirimli ya da bedava)

e) Coğrafi bölgelere göre (örneğin semte ya da ile göre)