

İKTİSADA GİRİŞ I

Yrd. Doç. Dr. Yeşim ALİEFENDİOĞLU

A.Ü. Uygulamalı Bilimler Fakültesi Gayrimenkul Geliştirme ve Yönetimi Bölümü



INTERNATIONAL VALUATION STANDARDS COUNCIL



TÜKETİCİ VE ÜRETİCİ RANTI

- Üretici rantı (artığı) ve tüketici rantı (artığı) kavramları ve piyasa fiyatları ilişkisi
- Tüketicilerin bir bölümü, tam rekabet piyasasında fiyatı belirlenmiş olan malı, denge fiyat seviyesinin üstünde satın almaya hazır olabilir. Söz konusu malı ödemeye razı oldukları fiyattan değil de daha az bir fiyat ile malı satın almaları **tüketici rantı** adı verilen bir avantajın ortaya çıkmasına neden olmaktadır.
- Aynı şekilde, denge fiyat seviyesinin altında mal satmaya hazır olan üretici mallarını denge fiyatına satması durumunda elde ettiği avantaja ise **üretici rantı** denilmektedir.

PİYASALAR VE FİYAT OLUŞUMU

- ❑ Ekonomi teorisinde piyasalar yapılarına göre dört ana gruba ayrılırlar.
 - i. Tam Rekabet Piyasası
 - ii. Monopol (tekel) Piyasası
 - iii. Monopolcü (tekelci) rekabet piyasası
 - iv. Oligopol Piyasası.
- ❑ **Tam Rekabetin Piyasasının Tanımı:** Bir pazarda alıcı ve satıcının piyasayla ilgili bilgilere sahip olduğu, satıcıların sattığı malların fiyatını etkileme gücüne sahip olmadığı piyasadır.

TAM REKABET PİYASASI

Tam rekabet dört koşul-varsayım üzerinden tanımlanır. Bunlar:

- Piyasada çok fazla satıcının ve çok sayıda alıcının olması,
- Ürünlerin homojen olması,
- Piyasa giriş ve çıkışın serbest olması,
- Karar birimlerinin tam bilgiye sahip olmalarıdır.

TAM REKABET PİYASASI

Piyasada Çok Sayıda Alıcı ve Satıcının Bulunması

- Burada çok sayıda ile anlatılmak istenen herhangi bir alıcı ya da satıcının tek başına piyasa fiyatını etkileyememesidir.
- Piyasadan bir alıcı ya da satıcının çıkması ürün fiyatını etkilememektedir.
- Bir firmanın piyasadaki payı çok küçük olduğu için, ürettiği miktar ile satışını yaptığı miktar ne olursa olsun piyasa fiyatı bundan etkilenmemektedir.
- Firma piyasa fiyatını veri kabul eder ve mali durumuna göre, maksimum kara ulaşacak şekilde malları üretir ve satacağı mal miktarını belirler.

TAM REKABET PİYASASI

Malın homojen olması:

- Tam rekabet piyasasında, malın homojen olması nedeniyle alıcılar, satıcılar arasında bir ayırım yapmazlar. Ayrıca, mal homojen olduğu için herhangi bir tüketici piyasa fiyatından daha düşük bir fiyattan alamaz, herhangi bir satıcının ise piyasa fiyatından daha yüksek bir fiyat talep etmesi söz konusu olamaz.
- Bu durumun oluşmasının nedeni, satıcı yönünden piyasa fiyatı üzerinden söz konusu malı alacak çok sayıda alıcı, alıcı yönünden ise piyasa fiyatından malı satacak çok sayıda satıcı bulunmasıdır.

TAM REKABET PİYASASI

Piyasaya Giriş ve Çıkışın Serbest Olması:

- Bir firmanın piyasaya girmesi için veya piyasadan çıkması için ekonomik, yasal veya teknolojik bir engel bulunmamasıdır.
- Sözü edilen giriş serbestisi, piyasaya girecek olan firmanın piyasada mevcut olan diğer firmalara göre dezavantajlı bir durumda olmaması anlamına gelmektedir.
- Tam rekabete en yakın piyasalar tarım ve hayvan ürünleri ile ilgili ürün piyasaları olabilir.

TAM REKABET PİYASASI

Alıcı ve Satıcıların Piyasaya İlişkin Tam Bilgiye Sahip Olması

- Tam rekabet piyasasında firmaların ve fayda maksimizasyonu amaçlayan tüketicilerin piyasaya dair bilgilere tam ve eksiksiz olarak sahip olmaları anlamına gelir.
- Söz konusu bu durum rekabet yönünden gereklidir.
- Örneğin, aynı pirinci bir firma kilosu 17 TL'ye satarken, bu firmaya yakın başka bir firma 14 TL'ye satıyorsa ve tüketici bundan haberdar olmayıp birinci satıcıdan 17 TL'den satın alırsa, bu piyasada tam olarak bilgiye erişimin olmadığı ortaya çıkmış olur. Bu durum düşük fiyata verilen pirinçten satın alınıp, pahalı olan pirincin fiyatını düşürmeye zorlanmamış olmasından dolayı tam rekabetin gerçekleşmemiş olmasını doğurur.

TAM REKABETTE TALEP VE HASILAT

- Tam rekabetçi bir firma, piyasa fiyatından arzu ettiği kadar mal satabilir.
- Bir firmanın bir malı üretmesindeki temel amaç, gelir elde etme isteğidir. Üretilen mal (veya hizmet) piyasada talep ediliyorsa, firma bu doğrultuda üretime devam edecektir.
- Tam rekabet piyasasında her firma, piyasa fiyatını veri olarak kabul etmek zorundadır. Bu yüzden üretilen mala talep eğrisi özel bir taleptir ve yatay eksene paralel bir doğru şeklindedir.

ALTERNATİF KISA DÖNEM DENGE DURUMLARI

- Rekabetçi bir firmanın kısa dönem toplam karı-zararı: $K(Z) = (AR - SRATC) \cdot q$ şeklindedir. Eşitlikte;
($P = AR$): Piyasa fiyatı,
($SRATC$): Kısa dönem ortalama toplam maliyeti,
 q : Çıktı miktarı
- Eğer $AR > SRATC$ ise firma birim üretim başına $(AR - SRATC)$ kadar aşırı kar ve $(AR - SRATC)q$ kadar toplam aşırı kar elde eder.
- Firmanın kısa dönemde dengeye geldiği $MR = SRMC$ üretim düzeyinde $AR = SRATC$ ise, firma birim üretim başına normal kar elde eder.
- $MR = SRMC$ koşulunun gerçekleştiği düzeyde üretim yapan bir firma, birim üretim başına sıfır kar-normal kar elde etmektedir.

TAM REKABETTE TALEP VE HASILAT

- Firmanın $MR = SRMC$ üretim düzeyinde, $AR < SRATC$ olması durumunda, firma birim üretim başına $AR - SRATC$ veya $AR - (AFC + AVC)$ kadar zarara ve dolayısıyla da $(AR - SRATC)q$ veya $(AR - AFC - AVC)q$ kadar toplam zarara uğrar.
- $SRATC$ eğrisinin altında iken ortaya çıkan bu durum, firmanın üretim yapmaması yönünde bir tercihi de ortaya çıkarabilir.
- $AR > AVC$ durumunda olan bir firmanın $MR = SRMC$ koşulunun sağlandığı q_1 üretim düzeyindeki toplam zararı, hiç üretim yapmasa uğrayacağı toplam zarardan küçüktür.

KISA DÖNEM FİRMA ARZ EĞRİSİ

- **Kısa dönem firma arz eğrisi**, bir firmanın tam rekabet piyasasında farklı fiyat düzeylerinde kısa dönemde üretmeyi planladığı ürün miktarlarını gösteren eğriye denir.
- Bir firmanın üretim yapmasa da katlandığı maliyetler sabit maliyetler olmakla beraber, firma en azından değişken maliyetlerini karşılayabildiği sürece üretimini durdurmayacaktır. Ortalama değişken maliyetin fiyata eşit olduğu noktaya **kapanma noktası** adı verilir.

KISA DÖNEM ENDÜSTRİ (PİYASA) ARZ EĞRİSİ

- Kısa dönem endüstri arz eğrisi, endüstride faaliyette bulunan ve aynı malı üreten tüm firmalar tarafından kısa dönemde üretilmek istenen mal miktarını gösterir.
- Kısa dönem endüstri arz eğrisi, endüstrideki firmaların marjinal maliyet eğrilerinin yatay toplamıdır. Bu toplam AVC eğrilerinin üstünde kalan kısımlardır ve daima pozitif eğimlidir.
- Malın piyasa fiyatı arttıkça arz edilen mal miktarı da artar.