

Mikroiktisat

2. PİYASA EKONOMİSİNE GENEL BİR BAKIŞ

Piyasa ekonomisinde **aktörler (karar vericiler)** ve bu aktörlerin rol aldıkları **sahneler (piyasalar)** vardır.

Ekonomide Karar Vericiler

Ekonomide faaliyet gösteren milyonlarca kişi vardır. Bu kişilerin davranışlarını sistematik bir şekilde inceleyebilmek adına bu kişileri 4 ana grupta toplayabiliriz.

1. **Hane halkı:** Elindeki üretim faktörlerini kullanarak elde edeceği gelire maksimum fayda sağlayacak şekilde harcama yapan ekonomik birimdir. Hane halkı üyeleri tüketiciler olarak adlandırılır.
2. **Firmalar:** Üretim faktörlerini kullanarak kâr maksimizasyon amacı ile mal ve hizmet üretiminde bulunan ve ürettiği mal ve hizmetleri hane halkına, diğer firmalara, devlete ve dış dünyaya satan bir ekonomik birimdir. Firmalar üreticiler olarak da adlandırılmaktadır.
3. **Devlet:** Burada geniş anlamda kullanılmakta ve merkezi hükümet ile yerel yönetimleri ve bunlara bağlı kurumların tümünü kapsar. Devletin amacı sosyal (toplumsal) refahı maksimize etmektir.
4. **Dış Dünya:** Ekonomik ilişkilerin bulunduğu diğer tüm ülkeler.

Ekonomide Piyasalar (Pazarlar)

Piyasa, alıcı ve satıcıları bir araya getiren, onların bilgi alışverişinde bulunup iş yapmalarını (bir şeyi alıp satmalarını) sağlayan bir düzenlemedir.

En önemli 2 ana piyasayı aşağıdaki gruplarda toplayabiliriz:

1. Faktör (Kaynak) Piyasaları:

Faktör piyasaları üretim faktörlerinin (emek, sermaye, doğal kaynaklar ve girişimcilik) alınıp satıldığı piyasa yapısıdır. Firmalar bu üretim faktörlerini satın alır ve karşılığında ödeme yapar:

Emek için *ücret*, sermaye için *faiz*, doğal kaynaklar için *rant*, ve girişimcilik için *kâr* ödemeleri yapılır.

2. Ürün (Mal ve Hizmet) Piyasaları:

Mikroekonomi ve Makroekonomi ayrımı:

Mikroekonomide küçük ekonomik birimler (hane halkı, firmalar, piyasalar) ele alınıp incelenmektedir. Mikroekonomi herhangi bir piyasada malın fiyatının nasıl belirlendiğini, bir tüketicinin maksimum fayda elde etmek için parasını nasıl harcayacağını, bir firmanın üretim ve maliyet yapısını ve firmaların davranışlarını inceler.

Makroekonomide ise ekonominin bütünü ana unsurlarıyla incelenir. Ekonomideki toplam gelir, toplam tüketim, toplam tasarruf, toplam yatırım ve genel fiyat düzeyi gibi konuları inceler.

Makroekonomi ormanın bütününe incelemek ise mikroekonomi de ormanın içindeki ağaçları tek tek incelenmesidir.

Mikroiktisat

3. Fiyat Mekanizması: Talep, Arz ve Fiyat

Fiyat mekanizması: Malın fiyatı arz ve talebe göre belirlenir.

3.1. TALEP

Bir ekonomide bütün tüketicilerin belli bir zaman içinde satın almayı planladıkları mal ve hizmet miktarına **talep edilen miktar** denir.

Talep edilen miktarı temel olarak,

1. Malın (kendi) fiyatı,
2. İlişkili diğer malların fiyatı,
3. Gelir,
4. Nüfus,
5. Tercihler,
6. Geleceğe Dönük Fiyat Beklentileri etkilemektedir.

1. Malın (kendi) fiyatı:

TALEP KANUNU:

Diğer etkenler sabit olmak üzere (**ceteris paribus**) talep edilen miktar ile fiyat arasında ters yönlü bir ilişki vardır.

Malın kendi fiyatı ↑ *Talep edilen miktar* ↓ ya da *Malın kendi fiyatı* ↓ *Talep edilen miktar* ↑

Bazı kısaltmalar:

P (Price=Fiyat) ;

Q (Quantity=Miktar);

D (Demand=Talep);

Talep kanunu: Fiyat arttıkça talep edilen miktar azalır. Fiyat azaldıkça da talep edilen miktar artar.

Talep kanunun çok az istisnası vardır. Fiyatı artınca talebi artan mallara “Giffen mallar” denir.

2. İlişkili diğer malların fiyatları

İlişkili diğer mallar 2'ye ayrılır: İkame mallar ve tamamlayıcı mallar.

İkame mallar: Aynı mal olmamakla birlikte birbirlerinin yerine kullanılabilen mallardır.

Çay ve kahve; koyun eti ve dana eti; kola ve pepsi ikame mallardır.

Ceteris paribus, ikame malların fiyatı artarsa incelediğimiz malın talebi artar.

Örneğin diğer etkenler sabitken koyun eti pahalılaşırsa dana etine olan talep artar.

Tamamlayıcı mallar: Birbirleriyle birlikte kullanılan mallardır.

Araba ve benzin; çay ve şeker tamamlayıcı mallardır.

Ceteris paribus, tamamlayıcı malların fiyatı artarsa incelediğimiz malın talebi azalır.

Örneğin diğer etkenler sabitken çay pahalılaşırsa şeker olan talep azalır.

Dana eti fiyatı artarsa koyun eti talebi artar.

Dana eti fiyatı azalırsa koyun eti talebi azalır.

3.Talep ve gelir:

Ceteris paribus (diğer etkenler sabitken), tüketicinin geliri artınca birçok mala olan talep artar. Bu tip mallara “**normal mallar**” denir. Örneğin, araba, televizyon, bilgisayar, et vb.

Ceteris paribus, tüketici geliri artıkça bazı mallar olan talep azalır. Bu tip mallara “**düşük mallar**” denir. Örneğin, ekmek gibi.

4. Talep ve Nüfus:

Ceteris paribus, bir ülkede nüfusun artması tüketici sayısını ve dolayısıyla mal ve hizmetlere olan talebi artırır.

5. Talep ve Tercihler

Ceteris paribus, tercih bir mal lehine değişirse talep artar, bir mal aleyhine geliyorsa talep azalır.

Örneğin doktorlar balık vb. gıdaların sağlık için çok yararlı olduğunu vurgularsa, insanların tercihleri o gıda lehine gelişir ve o mallara olan talep artar.

6.Talep ve Geleceğe Dönük Fiyat Beklentisi

Ceteris paribus, gelecekte bazı malların fiyatlarında artış bekleniyorsa, o mallara olan şimdiki talep artar.

Ceteris paribus, gelecekte bazı malların fiyatlarında azalış bekleniyorsa, o mallara olan şimdiki talep düşer.

3.2. ARZ:

Bir piyasada bütün firmaların (üreticilerin) satmayı planladıkları mal veya hizmet miktarına **arz edilen miktar** denir.

Arz edilen miktarı temel olarak,

1. Malın (kendi) fiyatı,
2. Girdi fiyatları,
3. Teknoloji düzeyi,
4. Üretilen diğer malların fiyatları,
5. Firma sayısı,
6. Geleceğe dönük fiyat beklentisi etkilemektedir.

1. Malın kendi fiyatı:

ARZ KANUNU:

Diğer etkenler sabit olmak üzere (ceteris paribus) arz edilen miktar ile fiyat arasında aynı yönlü bir ilişki vardır.

Malın kendi fiyatı ↑ *Arz edilen miktar* ↑ ya da *Malın kendi fiyatı* ↓ *Arz edilen miktar* ↓

Bazı kısaltmalar:

P (Price=Fiyat) ; Q (Quantity=Miktar); S (Supply=Arz);

2. Arz ve Girdi Fiyatları

Girdiler, emek, sermaye, doğal kaynaklar, girişimcilik, ara malları gibi üretim faaliyetinde kullanılan tüm unsurları içeren bir kavramdır.

Ceteris paribus, bir malın üretiminde kullanılan herhangi bir girdinin fiyatının azalması maliyetleri azaltarak kârı artırır. Bu durumda arz artar ve arz eğrisi sağa kayarak S durumundan S' durumuna gelir.

Örneğin yolcu taşımacılığı yapan bir otobüs firmasının en önemli girdilerinden biri olan benzinin fiyatı düşerse firmanın maliyeti azalır. Arz artar.

Ceteris paribus, bir malın üretiminde kullanılan herhangi bir girdinin fiyatının artması maliyetleri artırarak kârları düşürür. Bu durumda arz azalır ve arz eğrisi sola kayarak S durumundan S'' durumuna gelir.

Benzer şekilde yolcu taşımacılığı yapan bir otobüs firmasının en önemli girdilerinden biri olan benzinin fiyatı artarsa firmanın maliyeti artar. Arz azalır.

3. Arz ve Teknoloji Düzeyi

Ceteris paribus, maliyetleri azaltan herhangi bir teknolojik yenilik kârı artırır ve daha üretme isteğine neden olarak arzı artırır.

4. Arz ve Üretilen Diğer Malların Fiyatları

İkame mallar için: Çukurova'da bir çiftçinin pamuk, buğday ve mısır üretebildiğini düşünelim. Eğer mısırın fiyatı diğerlerine göre artarsa mısırdan daha çok üretilir yani arzı artar; pamuk ve buğdayın üretimi düşer yani arzları azalır.

Tamamlayıcı mallar için: Çaya talep çok olup fiyatı artarsa çay üretimi artar ve bu durumda tamamlayıcı mal olan şekerin de üretimi yani arzı artar.

5. Arz ve Firma Sayısı

Ceteris paribus, piyasadaki firma sayısı arttıkça arz artar ve arz eğrisi sağa kayar.

Ceteris paribus, firma sayısı azaldıkça arz azalır ve arz eğrisi sola kayar.

6. Arz ve Geleceğe Dönük Fiyat Beklentisi

Ceteris paribus, bir malın gelecekteki fiyatının azalması bekleniyorsa şimdi daha fazla arz edilir ve arz eğrisi sağa kayar.

Ceteris paribus, bir malın gelecekteki fiyatının artması bekleniyorsa şimdi daha az arz edilir ve arz eğrisi sola kayar.

3.3. Piyasa Dengesi

Arz ve talebin biraraya gelmesiyle **piyasa** oluşur.

Piyasada tüketicilerin çıkarı fiyatın düşük olması, firmaların çıkarı ise fiyatın yüksek olmasıdır. Genel anlamda **denge**, zıt güçler arasındaki bir uzlaşmayı ifade eder.

Piyasalarda uzlaşma ya da “**denge**” arz ve talebin birbirine eşit olduğu anlamına gelir.

Denge noktası arz ve talep eğrilerinin kesiştiği noktadır, bir başka deyişle arzın talebe eşit olduğu noktadır.

Fiyat denge fiyatının üzerinde olursa piyasada ne olur?

Fiyat denge fiyatından büyük olursa **arz fazlası** oluşacaktır.

Bu durumda firmalar bu arz fazlasını elden çıkarmak için birbirleriyle rekabete girecek ve fiyatı düşürmeye başlayacaklardır.

Fiyat düştükçe talep edilen miktar artar (talep kanunu), arz edilen miktar azalır (arz kanunu).

Fiyat, arzın talebe eşit olduğu duruma kadar düşecektir. Yani piyasaya dengeye gelecektir.

Fiyat denge fiyatının altında olursa piyasada ne olur?

Fiyat denge fiyatından küçük olursa **talep fazlası** oluşacaktır.

Talep fazlası, talep edilen miktarın arz edilen miktardan daha fazla olduğu anlamına gelir.

Bu durumda tüketiciler birbirleriyle rekabet ederek daha yüksek fiyattan et almaya razı olacaklardır.

Fiyat arttıkça talep edilen miktar azalır (talep kanunu), arz edilen miktar artar (arz kanunu).

Yani piyasaya dengeye gelecektir.

Her iki durumda da başlangıçta denge yok iken sonrasında piyasa fiyat mekanizmasıyla dengeye ulaşmaktadır.