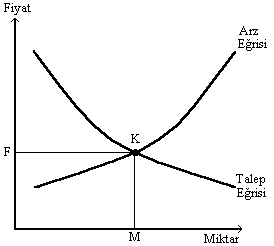
# FİYAT MEKANİZMASI

## Fiyatın ve Fiyat Mekaznizmasının İşlevi

İktisadi faaliyetlerin temel amacı insanoğlunun sınırsız ihtiyaçlarını mevcut kıt kaynaklarla karşılamaya çalışmaktır. Diğer bir ifadeyle, talebe göre arzın tayin edilmesidir.

Arz ve talep arasındaki denge, paraya dayalı ekonomilerde fiyat mekanizması ile sağlanmaktadır. Örneğin, talebin sabit kalması halinde arz miktarında meydana gelen artış, fiyatın düşmesine neden olmaktadır. Buna karşılık arzın sabit kaldığı durumda talep miktarının artması da fiyatları yükseltmektedir.

Fiyat, arz ve talep miktarındaki değişmelere anında cevap verebilmektedir. Diğer taraftan arz, talep ve fiyat üzerinde, talep de arz ve fiyat üzerinde etkili olmaktadır. Bu karşılıklı etkileşim sonucunda belirli bir noktada arz ve talep miktarları dengeye ulaşmaktadır. Bu noktaya  **denge noktası,** ve bu noktada oluşan fiyata da **denge fiyatı** adı verilir. Şekil 10'da arz ve talep eğrileriyle **K** **denge noktası** ve **F denge fiyatı** gösterilmiştir



**Şekil 10.**

Denge fiyatı kısa dönemde, farkedilebilir değişme eğilimi göstermeyen ve piyasadaki arz miktarı ile talep miktarını biribirine eşitleyen bir fiyattır. Bunun yanı sıra bir de **piyasa fiyatı**ndan söz edilebilir ki, bu da arz ve talebin karşılaşmasıyla kesinleşen kısa dönemde geçerli olan ve piyasa koşulları içerisinde dalgalanma eğilimi bulunan bir fiyattır. Fiyatın yükselmesine yol açan etken, talep fazlasıdır. Fiyatın düşmesine yol açan etken ise arz fazlasıdır.

Arz ve talep koşullarında bir değişme olmadıkça denge fiyatında dir değişme olmaz. Ancak zaman içerisinde arzda, talepte yada her ikisinde birlikte oluşacak değişiklikler piyasa fiyatını değiştirecektir. Buna göre oluşacak değişiklikler şu şekilde özetlenebilir.

1. Arzda bir değişme yokken herhangi bir nedenle talepte bir artış olursa fiyat artar.
2. Talepte bir değişme yokken herhangi bir nedenle arz artarsa malın fiyatı düşer.
3. Hem arz hem de talebin birlikte değişmesinin fiyat üzerinde yaratacağı etki; meydana gelen değişmenin yönüne ve büyüklüğüne bağlı olarak fiyat artabilir, azalabilir yada sabit kalabilir.

Bir iktisadi malın fiyat seviyesini belirleyen faktörler:

1. Kıt olması
2. Üretim maliyeti
3. Gereksinimleri içerisindeki yeri ve önemi.

Bunlardan ilk ikisi arz açısından, üçüncüsü ise talep açısından önem taşımaktadır.

Fiyat ile değer arasında önemli bir ilişki vardır. Bir bakıma fiyat teorisi aynı zamanda değer teorisi demektir. Bir iktisadi malın kıymetli olabilmesi için kıt ve faydalı olması gereklidir. İki faktörü bir arada içermeyen mal, iktisat bilimi açısından mal niteliği taşımaz. Örneğin biyolojik açıdan hayati bir önemi olan hava, ekonomik açıdan bir değer taşımaz. Maliyet masraflarıyla değer arasında bir ilişki vardır. Bir kısım iktisatçılar, bir malın değerini, o malın maliyet masrafları ile açıklamaya çalışmışlardır. Maliyeti üretimde kullanılan tüm üretim faktörlerinin miktar ve oranıyla açıklayan teoriye **objektif kıymet teorisi** adı verilmektedir.

Diğer bir kısım iktisatçılar ise, bir iktisadi malın değerini, onu elde etmek için harcanan emek miktarıyla açıklamaya çalışmışlardır. Bu teoriye de **emek-değer teorisi** adı verilmektedir.

## Tam Rekabet Piyasasında Fiyat Mekanizması:

Klasik iktisatçılara göre rekabet, piyasa faaliyetlerinin, resmi veya özel kuruluşlarca fiilen denetim ve kontrol altında tutulmadığı durumlarda gerçekleşir.

Günümüz iktisatçılarından Jean Marshall’a göre bir piyasada tam rekabetin olabilmesi için gerek arzın gerekse talebin tam anlamıyla akıcı karakterde olması gerekmektedir.Oysa günümüzde böyle bir akıcılığa engel olan sosyal, hukuki ve ekonomik engeller vardır.

Bir piyasada tam rekabet koşullarının gerçekleşebilmesi için alınan ve satılan mallar arasında kalite farklılığı olmamalı, arz ve talep o kadar küçük (atomize) olmalı ki başlangıçta teşekkül eden fiyatı etkileyememeli, üretici ve tüketicinin piyasa ve iktisadi mallar hakkında eksiksiz bilgisi olmalıdır.

**Tablo 5. Ekonomide Piyasa Çeşitleri**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ARZ** | | | | |
| **T** |  | Tek satıcı  MONOPOL | Birkaç satıcı | Birçok satıcı  ARZ TUTUKLUĞU | Birçok satıcı  ARZ AKICILIĞI |
| **A** | Tek alıcı  MONOPSON | İki taraflı Monopol Piyasası | Monopson şartların  tahdide uğraması | Monopson şartların tutukluğu | Monopson şartların  akıcılığı |
| **L** | Birkaç alıcı | Monopol şartların  mukavemete maruz kalması | İki taraflı oligopol  Piyasası | Oligopson şartların  tutukluğu | Oligopson şartların  akıcılığı |
| **E**  **P** | Çok sayıda alıcı  TALEP TUTUKLUĞU | Monopol şartların  tutukluğu | Oligopol şartların tahdide uğraması | Eksik Rekabet Piyasası | Alıcılar arasında  eksik rekabet |
|  | Çok sayıda alıcı  TALEP AKICILIĞI | Monopol şartların  akıcılığı | Oligopol şartların  akıcılığı | Satıcılar arasında  eksik rekabet | TAM REKABET Piyasası |

Tam rekabet piyasasındaki alıcılardan ve satıcılardan her biri piyasada oluşan fiyatı veri olarak kabul etmek ve kendi davranışlarını ona göre ayarlamak zorundadır.

Tablo 3’den de izlenebileceği gibi tam rekabet ancak 1/16 oranında gerçekleşebilmektedir. Bu zor ve nadir bir durumdur. O nedenle günümüz piyasalarında daha çok eksik rekabetten söz etmek mümkündür.

## Eksik Rekabet Piyasaları

Eksik rekabet piyasalarından monopol yukarıda açıklanan tam rekabet piyasasına en uzak olan piyasa çeşididir. Bu piyasada bir malın tek bir satıcısı vardır. Aynı zamanda bu malın piyasada ikame malları da bulunmamaktadır. Bu tanıma uygun bir piyasaya gerçek hayatta rastlamak oldukça güçtür.

Monopolcu firma belli bir malı satan tek firma olduğu için karşı karşıya olduğu talep eğrisi piyasa talep eğrisidir. Talep eğrisinin negatif eğimli olması, malın fiyatı düştükçe talep miktarının büyümesi demektir. Bu da monopol piyasasında firmanın, malın üretim miktarını değiştirerek malın fiyatını etkileyebilmesine olanak sağlar.

Oysa tam rekabet piyasasında bir firma, satış miktarını ne yönde ve oranda değiştirirse değiştirsin malın piyasa fiyatını etkileyememektedir.

Tam rekabette çok sayıda firma, monopolde ise bir tek firma bulunmaktadır. Bir diğer eksik rekabet piyasası olan Oligopol piyasasında ise az sayıda satıcı firma vardır. Tam rekabet ve monopol gerçek hayatta çok zor rastlanabilecek piyasalar iken, oligopol ve monopollü rekabet gerçek hayattaki piyasaların büyük bir çoğunluğunu meydana getirir.

Oligopolcü piyasada firmaların sattığı mallar birbirlerinin aynı olabilir veya bir ölçüde birbirlerinden farklı olabilirler. Mallar birbirlerinin aynı ise bu piyasaya **saf oligopol**, birbirlerinden farklı ise **farklılaştırılmış oligopol** adı verilir. Çelik üreten birkaç firma saf oligopole, otomobil üreten az sayıda firma da farklılaştırılmış oligopole örnek olarak verilebilir.

Oligopol piyasalarında firmalar birbirlerinin davranışlarını çok yakından izlemek zorundadırlar. Firmalardan birinin üretim miktarını, malın kalitesini, fiyatını veya şatış miktarını artırma çabalarıyla ilgili kararı piyasadaki diğer firmaları etkiler.

Monopson, duopson, ve oligopson ise alım **tekelleridir**. Bir iktisadi malın alımının tek kişi elinde olmasına monopson, iki kişinin elinde olmasına duopson, ikiden fazla kişinin elinde olmasına oligopson denir.

Yukarıdaki piyasa çeşitlerine ilaveten piyasada fiyatın oluşumuna etki eden iki özel ekonomik oluşumdan söz edilebilir. Bunlar **Tröst** ve **Kartel**lerdir.

**Kartel;** benzer malı üreten firmaların hukuki ve ekonomik bağımsızlıklarını koruyarak belirli bir pazar üzerinde tekel durumlarını korumak üzere aralarında menfaat birliği sağlamalarıdır. Karteli aşağıda açıklanacak olan tröstlerden ayıran temel fark “bağımsızlıklarını kaybetmek bir yana” bu birleşmenin geçici bir nitelik taşımasıdır. Kartele giren bir firma ortak bir fiyat ve üretim politikasını kabullenmek zorundadır. Kartellerin; satış karteli, fiyat karteli, üretim karteli, bölge karteli gibi bir çok çeşidi bulunmaktadır.

**Tröst;** kartelde olduğu gibi sadece bir anlaşma değil aynı zamanda teşebbüslerin belirli bir hukuki çatı altında ekonomik bünyelerinin de kaynaşmasıdır. Yani bir çok teşebbüsün, ekonomik bağımsızlıklarını kaybederek daha güçlü ve tek bir yönetim altında birleşmişlerdir. Bazen işletmeler, hukuki bağımsızlıklarını koruyabilirlerse de ekonomik bağımsızlıkların korunması söz konusu değildir.