

BÖLÜM

9

PIYASA DENGESİ

1.Piyasa Tanımları

Mal ve hizmetler ile üretim faktörlerinin el değiştirdiği her türlü organizasyona *piyasa* denir. Piyasada alıcı ve satıcılar karşılaşır. Belirli bir fiyattan, belirli bir miktarda mal, hizmet veya üretim faktörü alınıp satılır. Böylece, piyasada bir fiyat oluşur ve bu fiyattan alınıp satılan miktarlar eşitlenir.

Piyasada alıcı ve satıcılar yüz yüze gelerek işlem yapabilirler. Ancak yüz yüze gelmek şart değildir. Çeşitli iletişim araçlarıyla karşılaşmaları yeterlidir. Günümüzde, basın, telefon, faks veya internet yoluyla karşılaşmak ve piyasayı oluşturmak mümkündür. Özellikle internet üzerindeki piyasa oluşumu giderek yaygınlaşmaktadır.

Mal ve hizmetlerin alınıp satıldığı piyasalara *mal piyasası* denir. Bu piyasada mal ve hizmetlerin fiyatları oluşur. Üretim faktörlerinin alınıp satıldığı piyasalara *faktör piyasası* denir. Bu piyasada da, ücret, faiz, rant gibi üretim faktörü fiyatları oluşur.

Piyasalar, *tam rekabet piyasası* ve *aksak rekabet piyasaları* olmak üzere iki grup altında toplanır. Tam rekabet piyasası, özel bir piyasa türüdür. Özellikle iktisadi analizlerde öğretici amaçlarla kullanılır. Devletin olmadığı, çok sayıda alıcı ve satıcının olduğu, piyasaya giriş ve çıkışların tamamen serbest olduğu, malların tıpa tıp birbirinin aynı olduğu ve hem alıcıların hem de satıcıların tam bir bilgi sahibi olduğu bir piyasadır. Önceki konularda anlatılan arz ve talebin karşılaştığı ve fiyatın oluştuğu bir piyasadır. Gerçeklerden uzak bazı şartlara dayanır. Bu şartlar dört adettir.

- *Atomisite*: Alıcı ve satıcılar çok sayıdadır. Arz ve talebi tek başlarına etkilemeleri söz konusu değildir ve piyasa fiyatını kabul ederler.
- *Homojenlik*: Piyasada satışa sürülen belirli bir mal kalite, renk, koku gibi tüm özellikleriyle diğer mallarla tamamen aynıdır. Mal farklılaştırması yoktur. Örneğin, piyasaya arz edilen cep telefonlarının hepsi birbirinin tamamen aynıdır.
- *Mobilite*: Alıcı ve satıcıların piyasaya giriş ve çıkışları serbesttir, hiçbir engelle karşılaşmazlar.
- *Açıklık*: Alıcı ve satıcılar piyasa hakkında eksiksiz ve sürekli bilgiye sahiptirler.

Bu şartlardan birinin veya birkaçının gerçekleşmemesi yani aksamaması durumunda **aksak rekabet piyasaları** ortaya çıkar. Ortaya çıkan bu piyasalar, hangi şartın aksadığına bakılarak adlandırılırlar.

Atomisite şartının aksamaması sonucu, *satıcı sayısı birbirini etkilemeyecek kadar çok sayıda olmuyorsa*, *opol* uzantısı olan piyasalar ortaya çıkar. Bunlar arasında monopol, düopol, triopol, oligopol piyasaları sayılabilir.

- *Monopol*, tek satıcı ve buna karşılık çok sayıda alıcının olduğu bir piyasadır.
- *Düopol*, iki satıcı ve buna karşılık çok sayıda alıcının olduğu bir piyasadır.
- *Triopol*, üç satıcı ve buna karşılık çok sayıda alıcının olduğu bir piyasadır.
- *Oligopol*, birbirini etkileyebilecek kadar az sayıda satıcı ve buna karşılık çok sayıda alıcının olduğu bir piyasadır. Aslında düopol ve triopol piyasaları da oligopol piyasasının özel bir şeklidir. Oligopol piyasası mobilite şartının aksamaması, yani üretici veya satıcıların piyasaya girememesi sonucunda da ortaya çıkar.

Atomisite şartının aksamaması sonucu *alıcı sayısı birbirini etkilemeyecek kadar çok sayıda olmuyorsa*, *opson* uzantısı olan piyasalar da ortaya çıkar.

- *Monopson*, tek alıcı ve buna karşılık çok sayıda satıcının olduğu bir piyasadır.
- *Düopson*, iki alıcı ve buna karşılık çok sayıda satıcının olduğu bir piyasadır.

- *Triopson*, üç alıcı ve buna karşılık çok sayıda satıcının olduğu bir piyasadır.
- *Oligopson*, birbirini etkileyebilecek kadar az sayıda alıcı ve buna karşılık çok sayıda satıcının olduğu bir piyasadır. Aslında düopson ve triopson piyasaları da oligopson piyasasının özel bir şeklidir. Oligopson piyasası mobilite şartının aksaması, yani bazı alıcıların piyasaya girememesi sonucunda ortaya çıkar.

Homojenlik koşulunun aksaması sonucu mallar çeşitli özellikleri itibariyle birbirinden farklılaştırılır. Her firma, aynı ihtiyacı karşılamasına rağmen, kendi mallarının diğerlerinden farklı olduğunu iddia eder ve bunu yoğun bir reklam ve tanıtım kampanyaları ile tüketicilere kabul ettirmeye çalışır. Eğer kabul ettirirse, kabul eden o tüketici üzerinde monopol gücü kurmuş olur. Bu bakımdan iki tür aksak rekabet piyasası ortaya çıkar.

- *Monopolcü rekabet piyasası*, aynı ihtiyaca cevap veren malların firmalar tarafından farklılaştırılması sonucu ortaya çıkar. Mallar akla gelebilecek her şekilde farklılaştırılır. Satıcılar yoğun bir reklam ve tanıtım kampanyasıyla, kendi ürettikleri malların diğerlerinden tamamen farklı olduğunu iddia ederler. Eğer bir tüketici buna inanırsa, o tüketici için, söz konusu ihtiyacını göreceği malı üreten başka firma yok demektir. Dolayısıyla, tek satıcı, çok sayıda alıcı varmış gibi olur. Aslında, benzer malları üreten çok sayıda satıcı vardır.
- *Monopsoncu rekabet piyasası* ise alıcıların kendilerinin diğer alıcılardan farklı olduğunu, satıcılara kabul ettirmeleri sonucu ortaya çıkar. Bir malın aslında çok alıcısı vardır. Ama bazı satıcılar, mallarını özellikle bir alıcıya satmaya tercih ediyorsa, o satıcı için tek alıcı var demektir.

Aynı anda, *hem alıcı hem de satıcı sayısının aksaması* sonucunda da şu piyasalar ortaya çıkar.

- *İki yanlı monopol*, bir piyasada sadece bir alıcı ile başka bir satıcının olması durumuna denir.
- *Çift monopol*, tek bir firmanın hem alıcı, hem de satıcı olması durumuna denir. Bu firma üreticilerden tek başına almış olduğu ürünleri, yine tek başına piyasaya satar.

2.Piyasa Dengesi

Piyasa dengesi, tam rekabet piyasası şartlarına göre açıklanacaktır. Denge oluşurken, atomisite, homojenlik, mobilite ve açıklık şartlarının tamamının gerçekleştiği varsayılmaktadır.

Piyasada alıcıları temsil etmek üzere talep eğrisi, satıcıları temsil etmek üzere arz eğrisi kullanılacaktır. Önceki bölümlerde, arz ve talep ile ilgili yapılan tüm açıklamalar burada da geçerlidir. Piyasada dengenin oluşması için arz ve talebin karşılaşması gerekir. Geometrik olarak, piyasa dengesini bulabilmek için arz ve talep eğrileri aynı diyagram üzerinde çizilir. İkisinin kesiştiği noktada piyasa dengesi oluşur. Denge noktasından miktar eksenine yani yatay eksene bir dik inildiğinde *denge miktarı*, fiyat eksenine yani dikey eksene bir dik inildiğinde ise *denge fiyatı* bulunur. Zaten piyasa dengesi, arz ve talep miktarı ile bu iki miktarı birbirine eşitleyen denge fiyatını bulmak için oluşturulur.

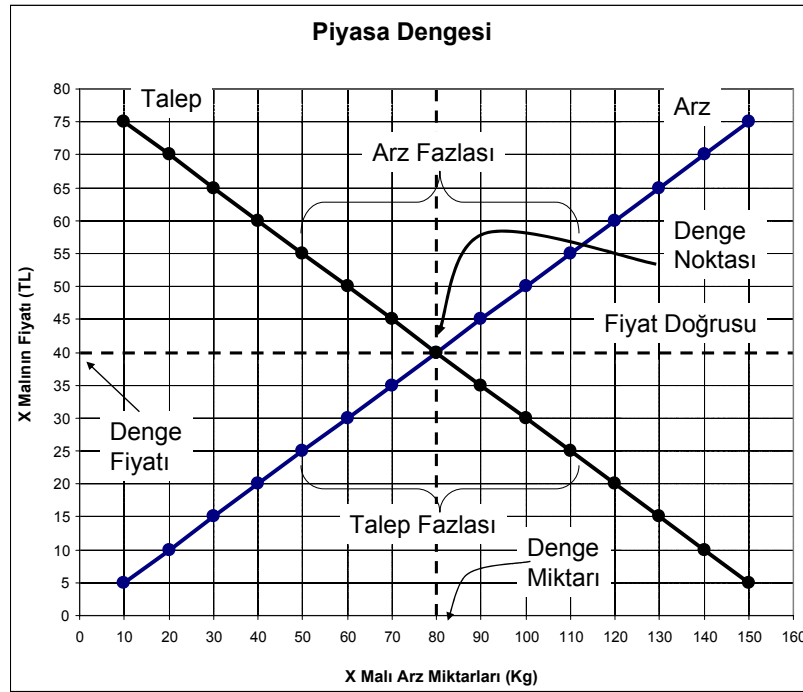
Piyasa dengesi oluştuğunda, tek bir fiyat vardır. Bu fiyatı hem satıcılar, hem de alıcılar kabul eder. Arz ve talebi etkileyen faktörler değişmediği sürece, bu denge değişmez.

Aşağıda çeşitli fiyatlardan arz ve talep edilen miktarlar verilmektedir. Buna göre sadece bir fiyattan arz ve talep miktarları birbirine eşitlenmektedir. İşte bu fiyat piyasa denge fiyatıdır. Arz ve talep edilen miktar ise denge miktarıdır.

	FİYAT (TL)	ARZ MİKTARI (Kg)	TALEP MİKTARI (Kg)
A	5	10	150
B	10	20	140
C	15	30	130
D	20	40	120
E	25	50	110
F	30	60	100
G	35	70	90
H	40	80	80
K	45	90	70
L	50	100	60
M	55	110	50
N	60	120	40
P	65	130	30
R	70	140	20
S	75	150	10

Tabloda H seçeneğinde arz ve talep miktarı birbirine eşittir. Arz ve talep edilen X malı denge miktarı 80 kg, bu eşitliği sağlayan denge fiyatı ise 40 TL'dir. Fiyat 40 TL'nin altına düştüğünde *talep fazlası veya arz noksanı* vardır. Fiyat 40 TL'nin üzerine çıktığında ise *arz fazlası veya talep noksanı* vardır.

Yukarıdaki tabloda verilen rakamlar, bir diyagram üzerine yerleştirildiğinde geometrik olarak piyasa dengesi bulunur. Arz ve talep eğrilerinin kesiştiği nokta denge noktasıdır. Denge fiyatı 40 TL, denge miktarı ise 80 kg'dır.



Oluşan denge istikrarlı bir dengedir. Arz ve talep eğrilerinde kayma olmadığı sürece denge fiyatı ve denge miktarı değişmez. Örneğin, fiyat 55 TL'ye çıkarsa, bu fiyattan 110 kg arz, 50 kg talep edilecektir. Yani arz edilen tüm mallar satılmayacaktır. Arz fazlası ortaya çıkacaktır. Satıcılar mallarının tamamını satabilmek için fiyatları düşürmek zorundadırlar.

Piyasada bir malın bolluğu olursa, o malın fiyatı düşer. Eğer fiyat 25 TL'ye düşerse, o zaman da talep fazlası ortaya çıkacaktır. Arz edilen miktar 50 kg, talep edilen miktar ise 110 kg olacaktır. Arz kanunu gereği düşük fiyattan satıcılar daha az mal arz edecekler. Talep kanunu gereği, fiyatı düşen bir maldan alıcılar daha fazla talep edeceklerdir. Piyasada bir mala, arz edilen miktarından daha fazla talep olursa, talep baskısından dolayı o malın fiyatı yükselir. Fiyat tekrar 40 TL seviyesine yükselecektir.

Tüketiciler faydalarını artırmak için, mevcut gelirleriyle en fazla malı almak isterler. Bunun için de malları mümkün olduğunca düşük fiyattan almak isterler. Buna karşılık üreticiler de karlarını artırmak için çalışırlar. Hem maliyetlerini olabilecek en düşük seviyeye indirmek, hem de mümkün olduğu kadar yüksek bir fiyattan satmak isterler. Ama ne tüketicilerin, ne de üreticilerin tam olarak istedikleri olur. Tüketiciler ve üreticilerin amaçları çelişir. Ancak, ikisinin anlaşacağı bir denge fiyatı mutlaka vardır. İşte buna denge fiyatı denilir.

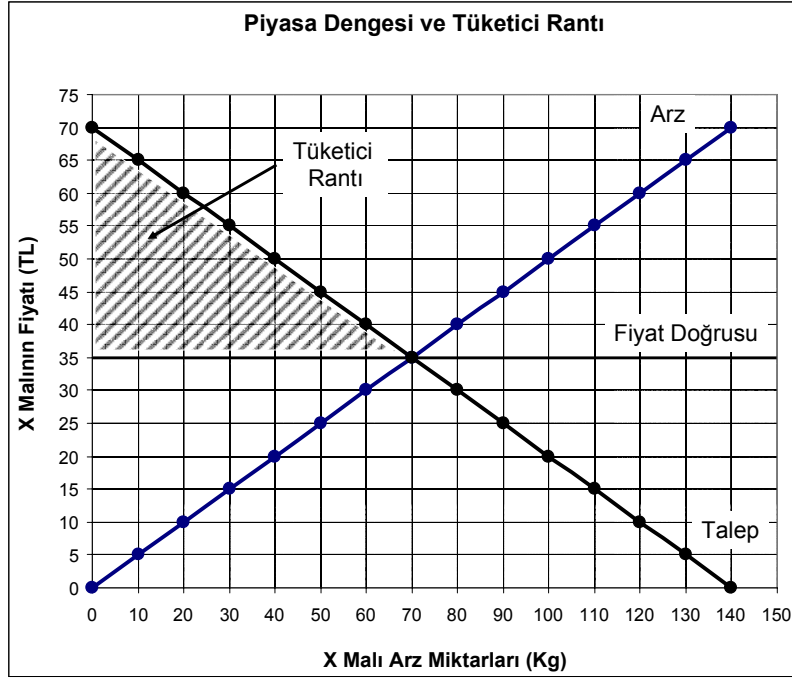
3. Tüketici Rantı

Tüketicilerin belirli bir miktar malı daha yüksek fiyatlardan satın almaya razı oldukları halde, piyasada fiyatların düşük oluşması sonucu, aynı miktarda malı daha düşük bir fiyattan almaları ve gelirlerinin kendilerine kalan kısmına *tüketici rantı* denir. Tüketici rantı oluşumu, tam rekabet piyasasının bir sonucudur. Örneğin, hıyar fiyatları 2 TL olursa, 1 kg hıyar alacağını hesaplayarak pazara giden bir tüketiciyi düşünelim. Pazara gittiğinde, o gün hıyar bolluğu olmuş ve hıyar fiyatları 1 TL ye düşmüş olsun. O tüketici yine 1 kg hıyarını alacak ve karşılığında 1 TL verecektir. Aslında 2 TL vermeye razı idi. Şimdi aynı miktarda hıyar almasına rağmen, 1 TL cebinde kaldı. İşte bu cebinde kalan 1 TL o tüketicinin rantıdır. O gün hıyar almak isteyen başka tüketiciler de vardır. Örneğin bir başkası 3 TL vermeye razı ise, onun tüketici rantı 2 TL olacaktır. Eğer bir tüketici 1 TL vermeye razı ise ve hıyar fiyatları da 1 TL olmuşsa o tüketicinin rantı sıfırdır. Böylece hıyar talep eden tüm tüketicilerin bireysel rantları toplandığında, piyasadaki tüketici rantı bulunur.

Gerçekçi olmayan bir davranışla, tüketici rantını artırmak için daha yüksek fiyatlar vermeye razı olup, düşük fiyattan malı alarak tüketici rantını artırmak gibi bir davranış iktisatta yoktur. Zaten bunun tüketiciye de bir yararı yoktur. *Bir çocuk otobüsü kaçırmış. Otobüse yetişmek için otobüsün arkasından koşmaya başlamış. Yetişememiş. Ama koşarken eve kadar da gelmiş. Büyük bir sevinçle babasına: "Baba otobüse bine-medim, otobüsün arkasından koşarak geldim, 2 lira bilet parası verecektim, 2 lira kazandım" demiş. Babası cevap vermiş: "Benim aptal oğlum, otobüsün arkasından koşup 2 TL kazanacağına, taksinin arkasından koşup da niye 20 TL kazanmadın" demiş.* Bu fıkradaki 2 TL veya 20 TL tüketici rantı değildir. Taşımacılık hizmetini hiç satın almaktır.

Aşağıdaki diyagramda, tüketici rantı geometrik olarak işaretlenmiştir. *Tüketici rantı, geometrik olarak fiyat doğrusunun üstü ile talep doğrusunun altı arasındaki alan olarak tanımlanır.* Piyasada oluşan fiyat 35 TL'dir. Oysa bazı tüketiciler 65 TL, bazı tüketiciler 60 TL, bazı tüketiciler 55 TL, bazı tüketiciler de 50 TL gibi fiyatlar vermeye razıdırlar. Ancak bunların hepsi malı piyasa fiyatı olan 35 TL'den alır. Vermeye razı

oldukları fiyat ile piyasa fiyatları arasındaki fark, her tüketicinin rantını oluşturur. Bunların toplamı da piyasadaki tüketici rantıdır.

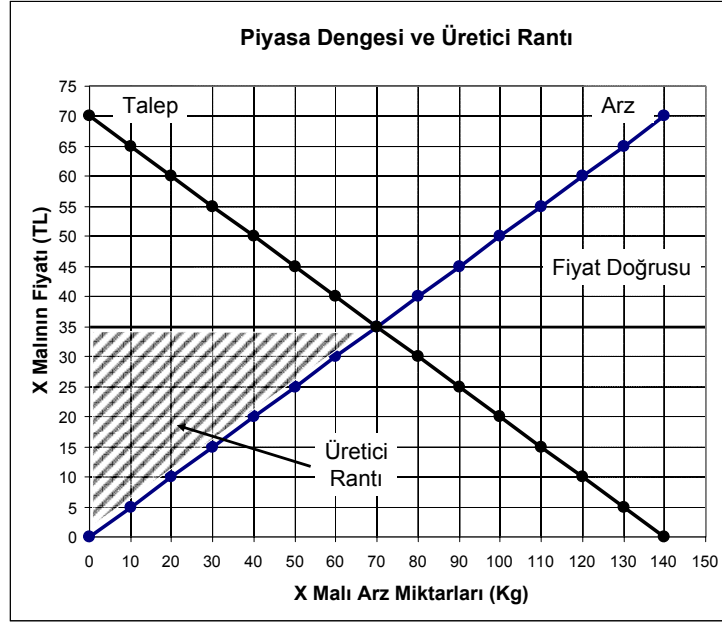


Şekilde, tüketici rantı işaretlenen üçgenin alanının değeri kadardır. Üçgenin alanını bulmak için önce dikdörtgenin alanını bulalım. Dikey kenarın uzunluğu 35 ile 70 arası yani 35 birimdir. Yatay kenarın uzunluğu ise 0-70 arası yani 70 birimdir. Dikdörtgenin alanı $35 \times 70 = 2450$ birimdir. Tam yarısı alındığında üçgenin alanı $2450 / 2 = 1225$ birim olarak bulunur. Yani bizim örneğimizdeki tüketicilerin rantı, 1225 TL'dir.

3. Üretici Rantı

Bazı üreticiler, maliyetleri düşük olduğu için bir malı piyasa fiyatından daha düşük bir fiyatla satmaya razı olduğu halde, piyasada fiyatların yüksek oluşması sonucu, tahmin ettiklerinden daha fazla hasılat elde ederler. Üreticilerin satmaya razı oldukları düşük fiyat ile piyasada oluşan daha yüksek fiyat arasındaki farka *üretici rantı* denir.

Aşağıdaki şekilde, bir üretici örneğin 30 kg X malını kilosu 15 TL'den satmaya razıdır. Ancak, piyasada fiyatlar 35 TL seviyesinde olduğu için malını bu piyasa fiyatından satar. Bu üretici kilo başına 20 TL üretici rantı elde etmiştir. Bu şekilde tüm rantlar toplandığında X malının üretici rantı bulunur.



Geometrik olarak üretici rantı, fiyat doğrusunun altı, arz doğrusunun üstündeki alandır. Bu alan işaretlenen üçgenin alanına eşittir. Üçgenin alanı hesaplandığında,

$(35 \times 70) / 2 = 1225$ birim olarak bulunur. Dolayısıyla, üretici rantı da 1225 TL'dir.

Ele aldığımız örnekte üretici rantı ile tüketici rantı birbirine eşit çıkmıştır. Ancak her zaman eşit değildir. Hangisinin ne kadar olacağı, arz ve talep esnekliklerine de bağlıdır.

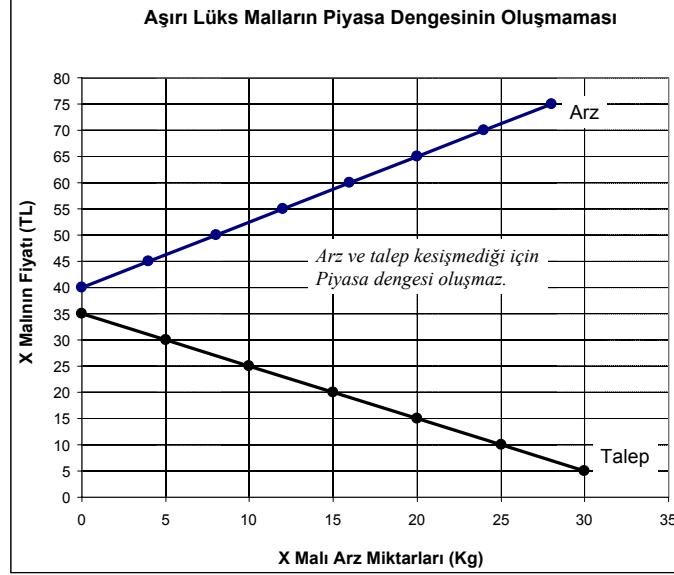
4.Piyasada Fiyatın Oluşmaması

Aşırı lüks mallar ve serbest malların piyasa fiyatı oluşmaz. Bu tür malların arz ve talep eğrileri temas etmez.

a)Aşırı Lüks Malların Fiyatının Oluşmaması

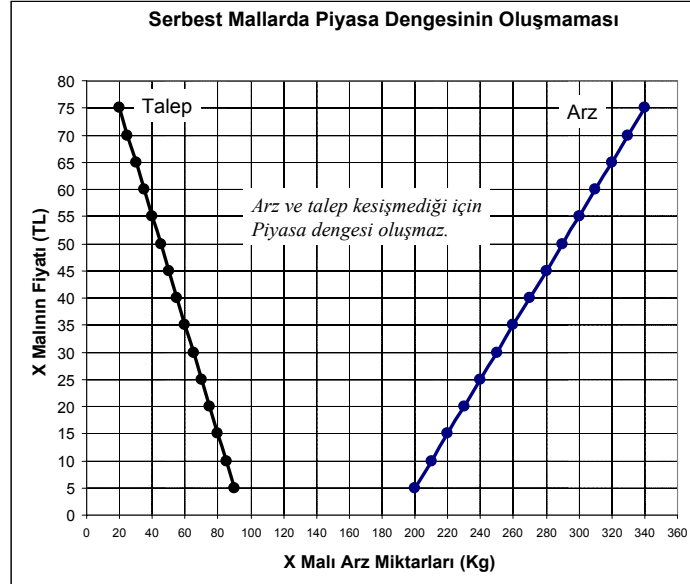
Aşırı derecede lüks malların fiyatları o kadar yüksek olur ki, tüketiciler bu malı aşırı yüksek fiyatlardan talep etmezler. Bu malların arz ve talebi kesişmediği için denge fiyatı ve denge miktarı bulunamaz.

Aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi tüketicilerin talepte bulunabilmesi için fiyatların 35 TL'nin altına düşmesi gerekir. Üreticilerin ise mallarını satabilmeleri için fiyatların 40 TL'nin üzerine çıkması gerekir. Aksi halde böyle bir lüks mal piyasada satılmaz.



b) Serbest Malların Fiyatının Oluşmaması

Serbest mallar, doğada bol miktarda bulunan, elde edilmesi için bir zahmete katlanılmayan mallardır. Ancak bu mallardan çok fazla miktarlarda talep edilirse bir fiyatı oluşur. Aşağıdaki şekilde serbest malların arzının fazla, talebinin ise daha az olduğu görülmektedir. Arz ve talep kesişmediği için fiyat oluşmaz.



5.Piyasada Dengesindeki Değişmeler

Piyasa dengesi, belirli bir anda, belirli bir piyasada oluşan bir dengedir. Bu denge zamanla değişmektedir. Dengeyi arz ve talep eğrileri oluşturduğuna göre, arz ve talebi değiştiren faktörler, aynı zamanda piyasa dengesini de değiştirir. Diğer bir ifade ile arz ve talep eğrilerini sağa veya sola kaydıran faktörler, piyasa dengesini değiştirir. Arz ve talebi değiştiren faktörler, yani arz ve talep eğrisini sağa veya sola kaydıran faktörler ise daha önce açıklanmıştır. Piyasa dengesi değişmelerini kolaylık olsun diye üç grup altında inceleyebiliriz. Bunlar,

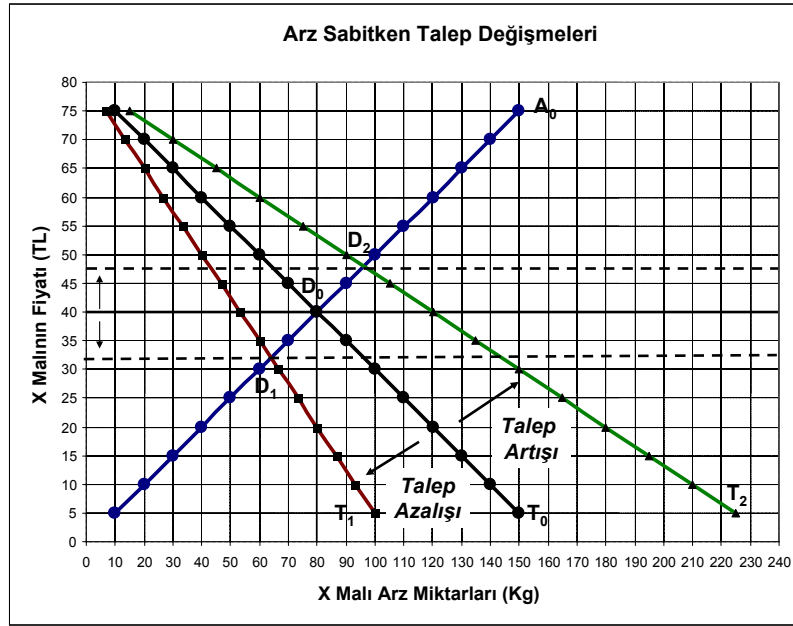
- Arz sabitken talepte meydana gelen değişmeler,
- Talep sabitken arzda meydana gelen değişmeler,
- Arz ve talepte eş anlı meydana gelen değişmeler.

a)Arz Sabitken Talepte Meydana Gelen Değişmeler

Bu durumda arz eğrisinde bir değişiklik olmaz. Talep eğrisi sağa veya sola kayabilir. Yani talep artabilir veya azalabilir. Nedeni ise talebi etkileyen o malın kendi fiyatı dışındaki faktörlerdir. Yani, ikame mallarının fiyatları, tamamlayıcı malların fiyatları, tüketicilerin geliri, tüketicilerin zevk ve tercihleri, tüketicilerin geleceğe yönelik piyasa hakkındaki beklentileri ve nüfus miktarındaki değişmelerdir. Örnek olarak aşağıdaki tablo verilmiştir.

	Fiyat	Arz Miktarı (Sabit)	Talep Miktarı (T ₀)	Talep Artışı (%50)(T ₂)	Talep Azalışı (%50) (T ₁)
A	5	10	150	225,0	100,0
B	10	20	140	210,0	93,3
C	15	30	130	195,0	86,7
D	20	40	120	180,0	80,0
E	25	50	110	165,0	73,3
F	30	60	100	150,0	66,7
G	35	70	90	135,0	60,0
H	40	80	80	120,0	53,3
K	45	90	70	105,0	46,7
L	50	100	60	90,0	40,0
M	55	110	50	75,0	33,3
N	60	120	40	60,0	26,7
P	65	130	30	45,0	20,0
R	70	140	20	30,0	13,3
S	75	150	10	15,0	6,7

Tabloda verilen rakamlar bir diyagram üzerine yerleştirilmiştir. Buna göre piyasa dengesindeki değişimler daha açık bir şekilde görülecektir. Arz sabitken talep miktarı artarsa, talep eğrisi sağ tarafa kayar. Örneğe göre talepte %50 oranında artış olmuştur. Talep eğrisi, T_0 konumundan T_2 konumuna geçmiştir. Bunun sonucunda denge fiyatı yükselir, denge miktarı artar.



Arz sabitken talep %50 oranında azalırsa, talep eğrisi sol tarafa kayar. T_0 konumundan T_1 konumuna gelir. Denge fiyatı düşer, denge miktarı azalır.

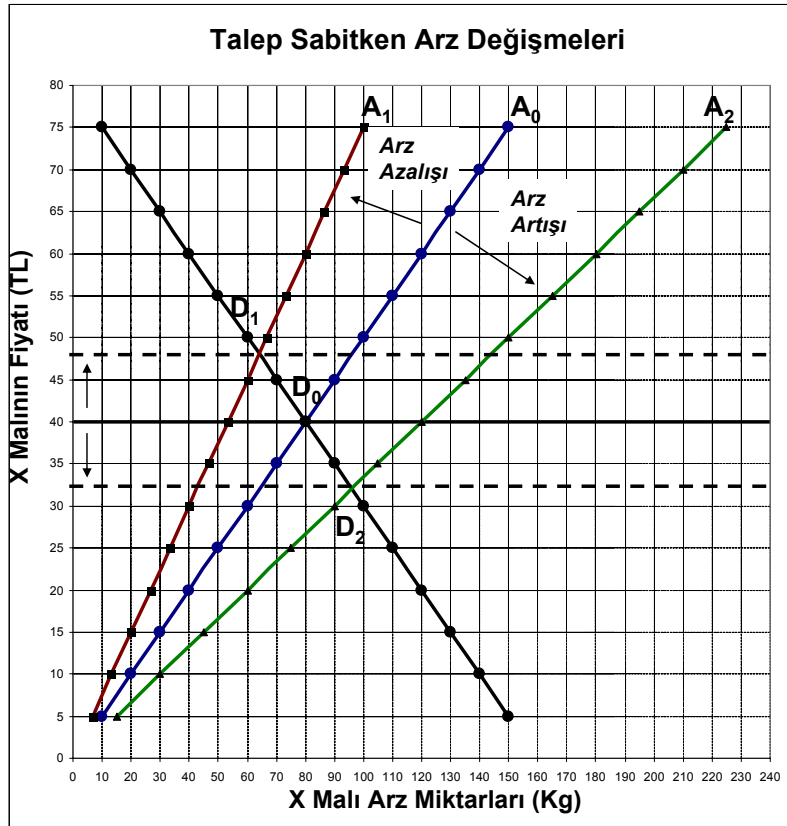
Örneğimizde, arz miktarında değişme vardır, arzda değişme yoktur. Talepte ise değişme vardır.

b) Talep Sabitken Arzda Meydana Gelen Değişmeler

Arzı etkileyen malın kendi fiyatının dışındaki faktörlerin değişmesi arz eğrisini sağa veya sola kaydırır. Bu faktörler, aynı firmada üretilebilecek diğer malların fiyatlarının, üretim faktörlerinin fiyatlarının, piyasadaki üretici veya satıcı sayısının, üretim teknolojisinin ve devletin vergi oranlarının değişmesi, devletin üreticilere sübvansiyon vermesi ve gelecekte fiyatların veya talebin değişeceği beklentisidir.

Aşağıdaki tabloda talep sabit tutularak, arzdaki %50 oranındaki artış ve %50 oranındaki azalışlar verilmiştir. Tablodaki rakamlar aynı diyagram üzerinde gösterilirse, talep sabit iken arz eğrisindeki değişimler de ortaya çıkar.

	Fiyat	Arz Miktarı (A ₀)	Talep Miktarı (Sabit)	Arz Artışı (%50) (A ₂)	Arz Azalışı (%50) (A ₁)
A	5	10	150	15,0	6,7
B	10	20	140	30,0	13,3
C	15	30	130	45,0	20,0
D	20	40	120	60,0	26,7
E	25	50	110	75,0	33,3
F	30	60	100	90,0	40,0
G	35	70	90	105,0	46,7
H	40	80	80	120,0	53,3
K	45	90	70	135,0	60,0
L	50	100	60	150,0	66,7
M	55	110	50	165,0	73,3
N	60	120	40	180,0	80,0
P	65	130	30	195,0	86,7
R	70	140	20	210,0	93,3
S	75	150	10	225,0	100,0



Talep sabitken arzın artması, arz eğrisinin sağ tarafa kayması demektir. Yukarıdaki şekilde arz eğrisi A_0 konumundan A_2 konumuna kaymıştır. Bu durumda denge noktası D_0 'dan D_2 noktasına kayar. Piyasa fiyatları düşer, piyasada arz ve talep edilen mal miktarı artar.

Talep sabitken arzın azalması, arz eğrisinin sol tarafa kayması demektir. Yukarıdaki şekilde arz eğrisi A_0 konumundan A_1 konumuna kaymıştır. Bu durumda denge noktası D_0 'dan D_1 noktasına kayar. Piyasa fiyatları artar, piyasada arz ve talep edilen mal miktarı azalır.

c)Arz ve Talebin Birlikte Değişmesi

Arz ve talepteki değişmeler aynı anda da ortaya çıkabilir. Bu durumda değişik ihtimaller vardır:

Arz ve Talep Değişmesi Aynı Yönde	Arz ve Talep Değişmesi Farklı Yönde
<ul style="list-style-type: none"> • Arz ve talep aynı oranda artabilir • Arz talepten daha fazla oranda artabilir • Talep arzdan daha fazla oranda artabilir • Arz ve talep aynı oranda azalabilir • Arz talepten daha fazla oranda azalabilir • Talep arzdan daha fazla oranda azalabilir 	<ul style="list-style-type: none"> • Talepteki artışla arzdeki azalış oranı eşit olabilir. • Talepteki azalışla arzdeki artış oranı eşit olabilir. • Talepteki artış arzdeki azalıştan daha büyük oranda olabilir. • Talepteki artış arzdeki azalıştan daha küçük oranda olabilir. • Talepteki azalış arzdeki artıştan daha büyük oranda olabilir. • Talepteki azalış arzdeki artıştan daha küçük oranda olabilir.

Bunların bir kısmı aşağıda şekil olarak verilmiştir.

Aynı Oranda Arz ve Talep Artışı

Aynı oranda arz ve talep artışı olursa, piyasada arz ve talep edilen mal miktarı artar, piyasa fiyatı değişmez. Aşağıdaki şekilde ilk denge D_0 noktasında iken arz ve talebin %50 oranında artması sonucu her iki eğri de sağ tarafa kaymış, yeni denge D_1 noktasında oluşmuştur. Yeni dengeye geçildiğinde fiyat eskisi gibi 40 TL'dir. Arz ve talep edilen mal miktarı ise 80 kg'dan 120 kg'ye çıkmıştır.

Aynı Oranda Arz ve Talep Azalışı

Arz ve talep aynı oranda azalır, yine fiyat değişmez. Bu defa arz ve talep edilen miktar azalır. Aşağıdaki şekilde, arz ve talep %50 oranında azaldığı için hem arz eğrisi, hem de talep eğrisi sol tarafa doğru kaymıştır. Denge noktası D_0 'dan D_1 noktasına kaymıştır. Fiyat 40 TL olmaya devam ederken, arz ve talep edilen miktar 80 kg'den 53,3 Kg'ye düşmüştür.

Aynı Oranda Arz Azalışı ve Talep Artışı

Aynı anda ve aynı oranda arzın azaldığı ve talebin arttığı bir durumda, fiyat yükselir, arz ve talep miktarında ise çok az değişiklik olabilir, hatta hiç olmaz. Aşağıdaki şekilde arz %50 oranında azalmıştır. Arz eğrisi sol tarafa kayarak A_0 'dan A_1 konumuna gelmiştir. Buna karşılık talep %50 oranında artmıştır. Talep eğrisi sağ tarafa kayarak T_0 'dan T_1 konumuna gelmiştir. Yeni denge noktası D_0 'dan D_1 'e kaymıştır. Görüldüğü gibi hem arz azalması, hem de talep artışının etkisiyle fiyat 40 TL'den 55 TL'ye yükselmiştir. Arz ve talep miktarı ise değişme öncesindeki gibi 80 kg seviyelerindedir. Bu rakamlarda kesirlerin tam olarak hesaba katılmaması sonucu aşağıdaki grafikte biraz azalma gözükmektedir.

Aynı Oranda Arz Artışı ve Talep Azalışı

Bu durum, bir öncekinin tam tersidir. Yani bu defa, arz %50 oranında artmış, talep ise %50 oranında azalmıştır. Arz artışları bolluktan dolayı fiyatların düşmesine neden olur. Talep azalışı ise malların daha az istenmesi sonucu fiyatların düşmesine neden olur. Dolayısıyla hem arzdeki, hem de talepteki kayma piyasa fiyatını birlikte azaltmaktadır. Şekilde arz %50 oranında artarak A_0 'dan A_1 konumuna kaymıştır. Talep %50 oranında azalarak T_0 'dan T_1 konumuna kaymıştır. Yeni denge noktası ise yeni arz ve talep eğrilerinin kesiştiği D_1 noktasında oluşur. Fiyat 40 TL'den 25 TL'ye düşerken, miktarda değişiklik olmamaktadır. Grafikte görülen miktar azalması ise kesirlerin hesaba katılmamasından kaynaklanmaktadır.

Farklı Oranda Arz ve Talep Artışı

Arz ve talebin her ikisi de artmış olsun. Ancak aynı oranlarda değil, farklı oranlarda artmış olsun. Arz %20 oranında artarken, talep %50 oranında artmış olsun.

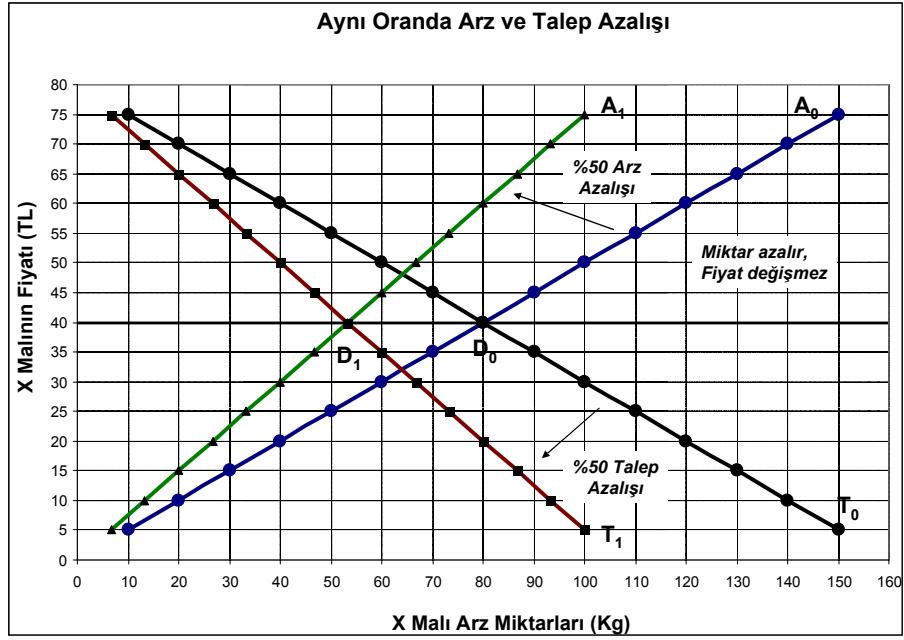
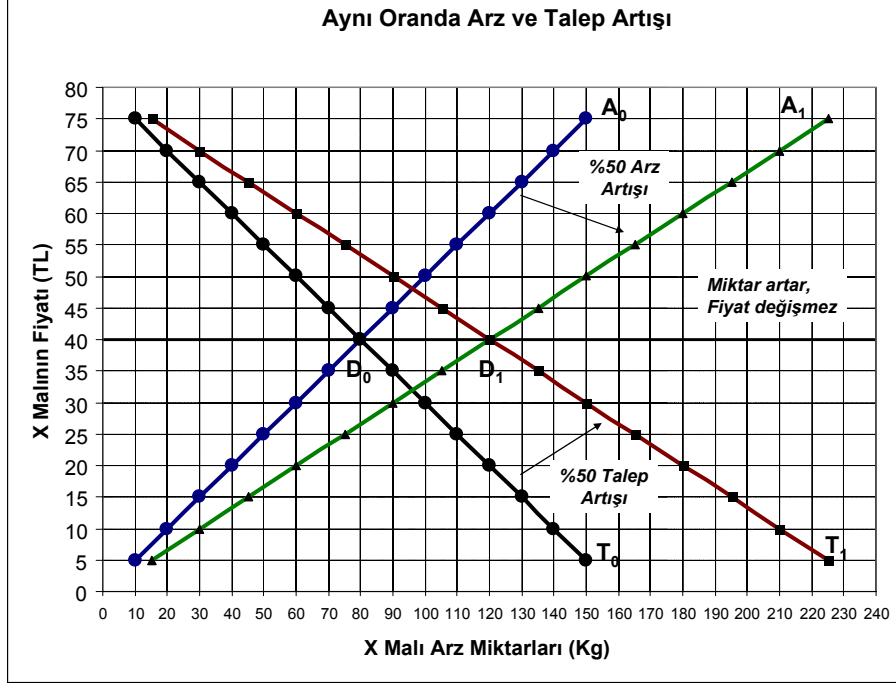
Bu durumda fiyatlar yükselir ve arz ve talep edilen mal miktarı artar. Arzın %20 artması, bolluktan dolayı, aynı oranda fiyatları düşürücü etki yapar. Ancak talebin %50 oranında artması, talep baskısından dolayı aynı oranda fiyatları yükseltici etki yapar. Fiyatları yükseltici etki %30 oranında daha fazla olduğu için fiyatlar yükselir. Hem arzdaki artış, hem de talep artışı piyasada arz ve talep edilen mal miktarını artırır. Miktardaki artış fiyatlardaki artıştan daha fazla olur. Aşağıdaki şekilde, arz artarak A_0 'dan A_1 'e kaymıştır. Talep de artarak, T_0 'dan T_1 'e kaymıştır. Talepteki kaymanın daha fazla olduğu açıkça görülmektedir. Yeni arz ve talep eğrilerinin kesiştiği D_1 noktasında ise yeni denge oluşmuştur. Piyasa fiyat 40 TL'den 45 TL'ye yükselirken, miktar 80 kg'den 106 Kg'ye yükselmiştir.

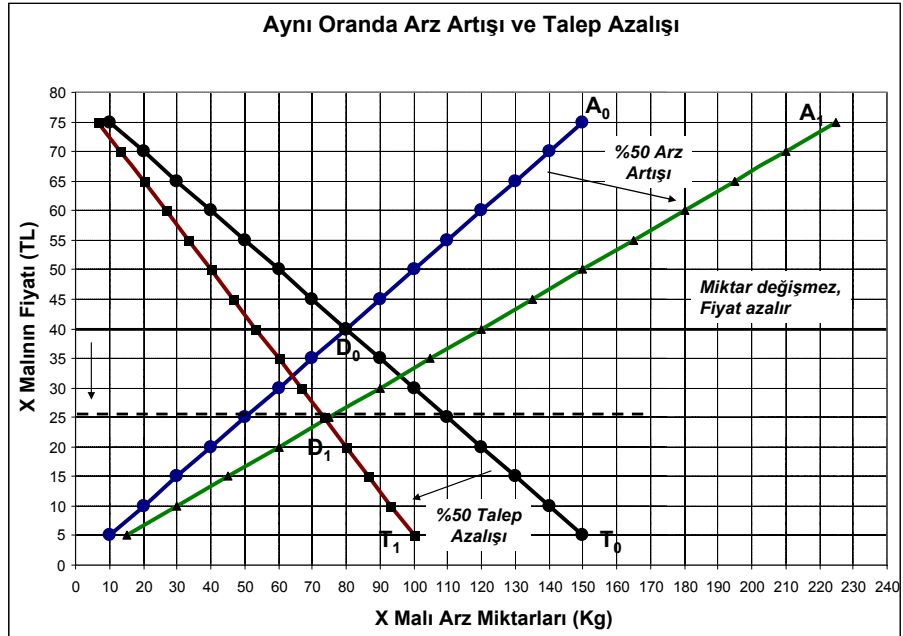
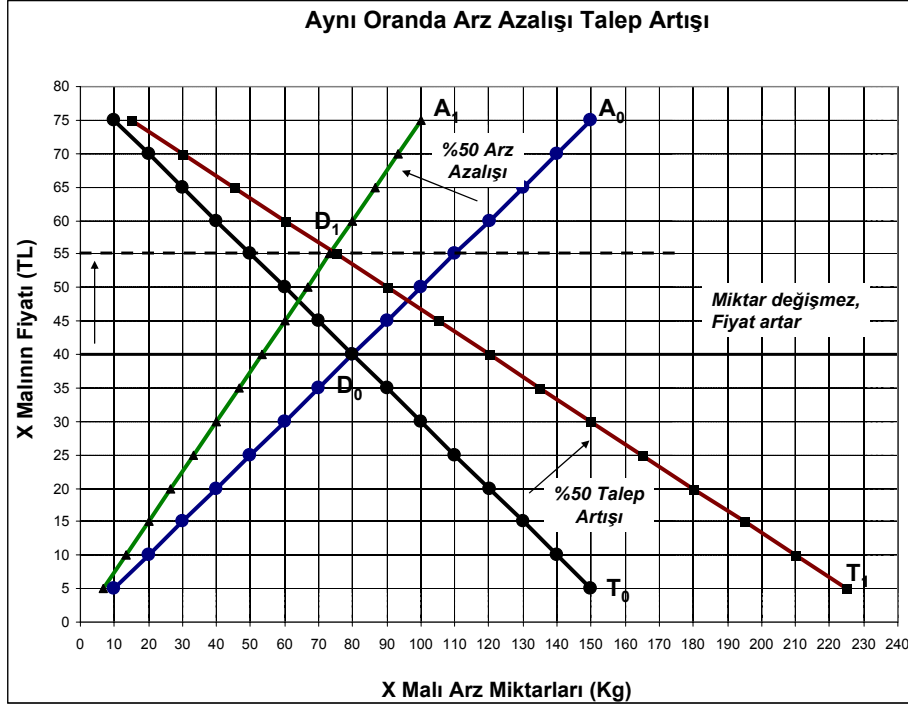
Farklı Oranda Arz ve Talep Azalışı

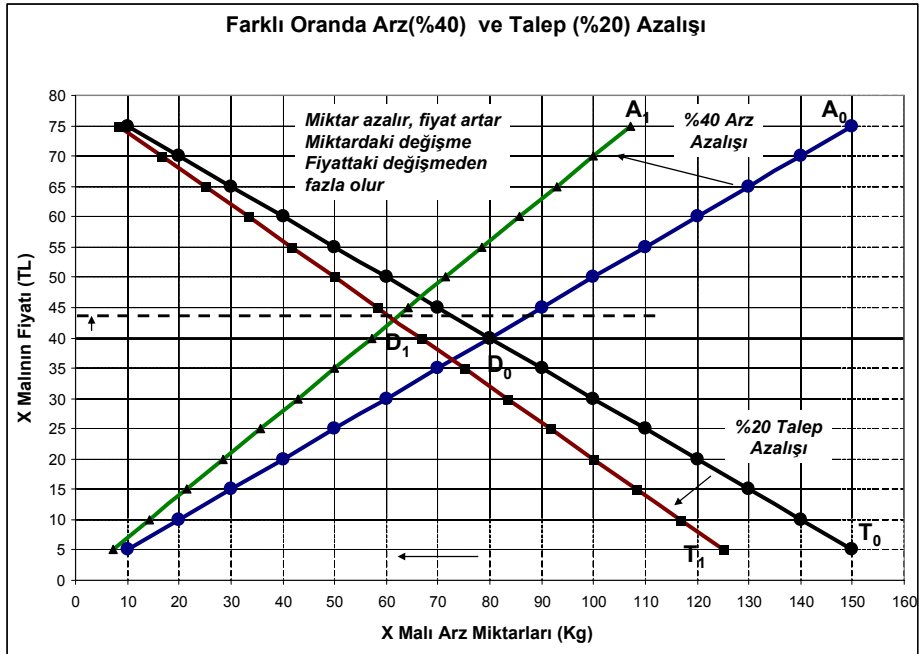
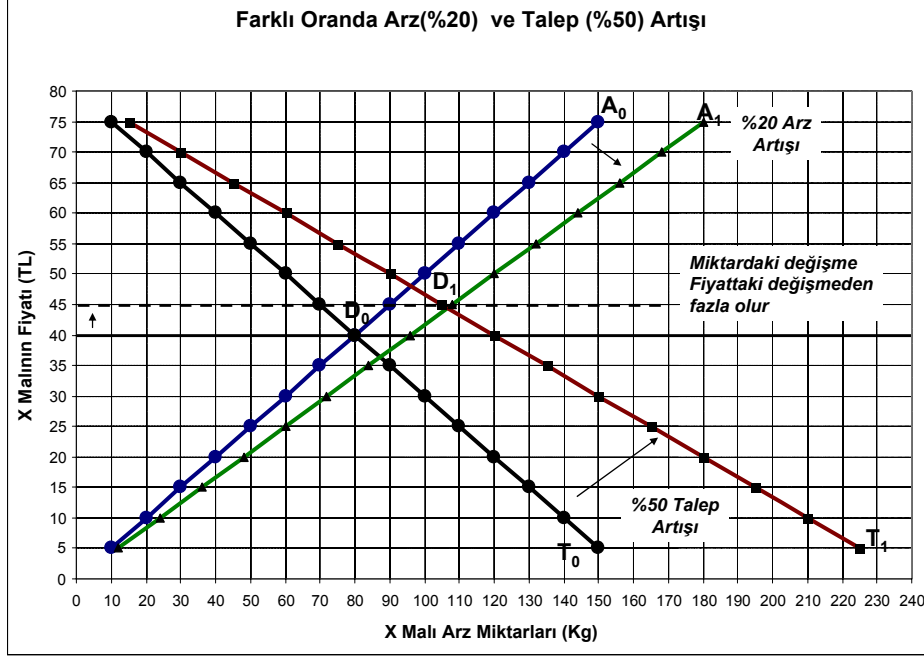
Bu defa arzın %40 ve talebin %20 oranında azaldığını kabul edelim. Arz azalması piyasada mal kıtlığı yaratarak fiyatların yükselmesine neden olur. Talep azalması ise piyasadaki mallar daha az istendiği için fiyat azalmasına neden olur. Ancak, piyasa fiyatını artırıcı arz etkisi daha büyüktür. Bu yüzden fiyatlar artarak 40 TL'den 44 TL seviyesine çıkar. Miktar ise 80 kg'den 64 kg'ye düşer. Arz ve talebin kayması sonucu yeni denge D_1 noktasında oluşur. Bütün bunlar aşağıdaki şekilden görülebilir.

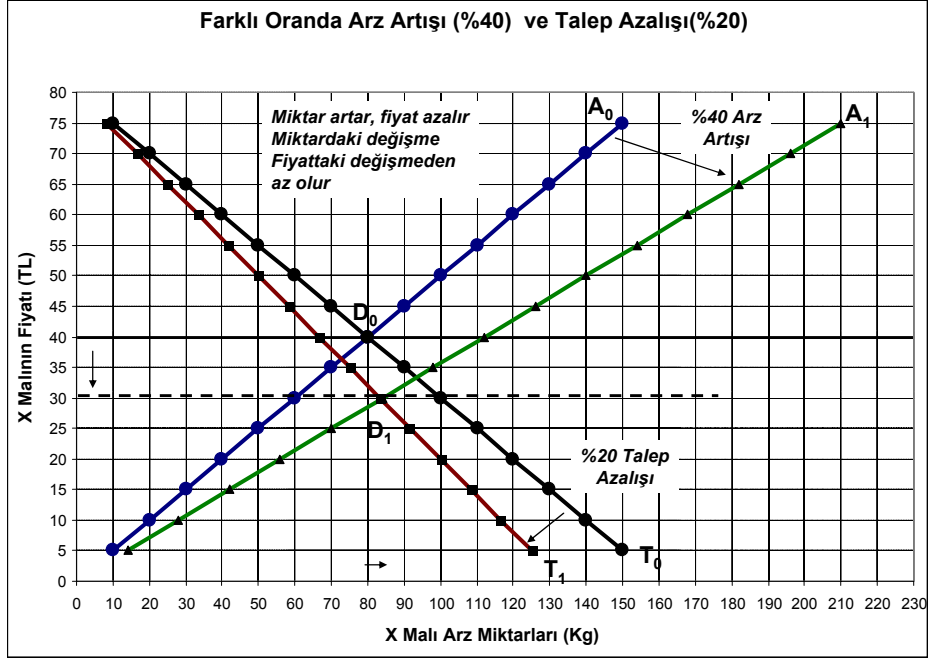
Farklı Yönde ve Farklı Oranda Arz ve Talep Değişmesi

Aşağıdaki şekilde arz ve talep farklı yönlerde değişmiştir. Arz %40 oranında artmış ve arz eğrisi sağ tarafa kayarak A_1 konumuna gelmiştir. Talep ise %20 oranında azalmış ve talep eğrisi T_1 konumuna gelmiştir. Talepteki değişme oranı, arzdan daha düşüktür. Yeni arz ve talep eğrilerinin kesiştiği D_1 noktasında yeni denge oluşur. Fiyat 40 TL'den 30 TL'ye düşerken, miktarda az da olsa artış olmuştur. Arzın artması fiyatları düşürücü etki yapar. Talebin azalması da fiyatları düşürücü etki yapar. Hem arz hem talep değişmesi, birlikte piyasa fiyatını düşürmüştür. Öte andan arzın artması piyasada işlem gören mal miktarını artırırken, talep azalması bu miktarı azaltıcı etki yapar. Miktarı artırıcı etkinin %40, azaltıcı etkinin ise %20 olduğu düşünülürse, miktarın az da olsa artacağı söylenebilir.









9.BÖLÜM-SORULAR

A. Çoktan Seçmeli Sorular

1. Piyasa kavramı ile ilgili aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?

- Mal ve hizmetler ile üretim faktörlerinin el değiştirdiği her türlü organizasyondur.
- Piyasada alıcı ve satıcıların işlem yapabilmeleri için yüz yüze gelmeleri şarttır.
- Mal ve hizmetlerin alınıp satıldığı piyasalara mal piyasası denir.
- Üretim faktörlerinin alınıp satıldığı piyasalara faktör piyasası denir.
- Hiçbiri.

2. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasasının özelliği değildir?

- Uygulamada en fazla görülen piyasa türüdür.
- Devletin ekonomide rolü yoktur.
- Çok sayıda alıcı ve satıcı vardır.
- Piyasaya giriş ve çıkışlar tamamen serbesttir.
- Hiçbiri

3. Aşağıdakilerden hangisi tam rekabet piyasasının şartlarından değildir?

- Atomisite
- Homojenlik
- Tarafsızlık
- Açıklık
- Mobilite

4. İki satıcıya karşılık çok sayıda alıcının olduğu bir piyasa aşağıdakilerden hangisidir?

- Monopol
- Triopol
- Düopson
- Düopol
- Oligopol

5. Birbirini etkileyebilecek kadar az sayıda alıcıya karşılık çok sayıda satıcının olduğu bir piyasa aşağıdakilerden hangisidir?

- Monopol
- Monopson
- Oligopol
- Triopson
- Oligopson

6. Monopolcü rekabet piyasası tam rekabet piyasasının hangi şartının aksamaması sonucu ortaya çıkar?

- a) Açıklık
- b) Homojenlik
- c) Mobilite
- d) Atomisite
- e) Hepsi

7. Aşağıdakilerden hangisi doğru değildir?

- a) Monopolcü rekabet piyasasında mallar büyük ölçüde farklılaştırılır.
- b) İki yanlı monopol, bir piyasada sadece bir alıcı ile bir satıcının olması durumudur.
- c) Çift monopol, tek bir firmanın hem alıcı, hem de satıcı olması durumudur.
- d) Monopsoncu rekabet piyasası satıcıların, kendilerinin diğer satıcılardan farklı olduğunu alıcılara kabul ettirmeleri sonucu ortaya çıkar.
- e) Hepsi

8. Piyasa dengesi ile ilgili aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?

- a) Piyasada dengenin oluşması için arz ve talebin karşılaşması gerekir.
- b) Denge noktasından miktar eksenine bir dik inildiğinde denge miktarı bulunur.
- c) Denge noktasından fiyat eksenine bir dik inildiğinde denge fiyatı bulunur.
- d) Piyasa dengesi oluştuğunda, tek bir fiyat vardır.
- e) Arz ve talebi etkileyen faktörler değişse bile piyasa dengesi değişmez.

9. Aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?

- a) Piyasa fiyatı denge fiyatının altına düştüğünde talep fazlası oluşur.
- b) Piyasa fiyatı denge fiyatının üzerine çıktığında, arz noksanı oluşur.
- c) Arz ve talep eğrilerinde kayma olduktan sonra denge fiyatı ve denge miktarı değişmez.
- d) Piyasa fiyatında arz ve talep miktarları birbirine eşitlenmektedir.
- e) Hepsi

10. Tüketici rantı ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğru değildir?

- a) Geometrik olarak fiyat doğrusunun altı ile arz doğrusunun üstü arasındaki alandır.
- b) Piyasada fiyatların, razı olduklarından düşük oluşması sonucu, tüketicilerin kendilerine kalan kısmıdır.
- c) Tüketici rantı oluşumu, tam rekabet piyasasının bir sonucudur.
- d) Tüketicilerin bireysel rantları toplandığında, piyasadaki tüketici rantı bulunur.
- e) Hiçbiri

11. Arz ve talepte aynı oranda artış olursa aşağıdakilerden hangisi gerçekleşir?

- a) Arz ve talep edilen mal miktarı azalır, piyasa fiyatı değişmez.
- b) Arz ve talep edilen mal miktarı artar, piyasa fiyatı azalır.
- c) Arz ve talep edilen mal miktarı artar, piyasa fiyatı değişmez.
- d) Arz ve talep edilen mal miktarı ve piyasa fiyatı artar.
- e) Çok uzun dönem

12. Arz ve talebin %50 oranında azalması sonucu?

- a) Arz eğrisi ve talep eğrisi aynı oranda sağ tarafa doğru kayar.
- b) Fiyat düşer arz ve talep edilen miktar düşer.
- c) Arz ve talep edilen miktar artar.
- d) Fiyat sabit kalır, talep edilen miktar azalır.
- e) Hiçbiri

13. %10 oranında, arzın azaldığı ve %10 oranında talebin arttığı bir durumda?

- a) Fiyat sabit kalır, arz ve talep edilen miktar artar.
- b) Fiyat yükselir, arz ve talep miktarında ise çok az değişiklik olabilir, hatta hiç olmaz .
- c) Fiyat sabit kalır, arz ve talep edilen miktar azalır.
- d) Arz eğrisi ve talep eğrisi aynı oranda sağ tarafa doğru kayar.
- e) Hiçbiri.

14. Arz %10 oranında artarken, talepte %30 oranında artmış ise aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- a) Fiyat sabit kalır, arz ve talep edilen miktar azalır.
- b) Fiyat artar, arz ve talep edilen miktar azalır.
- c) Arz eğrisi ve talep eğrisi aynı oranda sağ tarafa doğru kayar.
- d) Fiyat sabit kalır, arz ve talep edilen miktar artar.
- e) Fiyat artar, arz ve talep edilen miktar artar.

15. Arz %50 oranında azalırken, talepte %20 oranında azalmış ise aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- a) Fiyat artar, arz ve talep edilen miktar azalır.
- b) Fiyat artar, arz ve talep edilen miktar artar.
- c) Fiyat düşer, arz ve talep edilen miktar artar.
- d) Fiyat sabit kalır, arz ve talep edilen miktar artar.
- e) Hiçbiri.

16. Arz %50 oranında artarken, talepte %20 oranında azalmış ise aşağıdakilerden hangisi doğrudur?

- a) Arz ve talep miktarı azalır, fiyat azalır.
- b) Arz ve talep miktarı azalır, fiyat artar.
- c) Arz ve talep miktarı artar, fiyat azalır.
- d) Arz ve talep miktarı biraz artar, fiyat artar.
- e) Hepsi

17. Üretici rantı ile ilgili aşağıdakilerden hangisi doğru değildir?

- a) Geometrik olarak fiyat doğrusunun altı ile arz doğrusunun üstü arasındaki alandır.
- b) Üretici rantı oluşumu, tam rekabet piyasasının bir sonucudur.
- c) Üreticilerin bireysel rantları toplandığında, piyasadaki üretici rantı bulunur.
- d) Piyasada oluşan fiyat, üreticilerin mallarını satmaya razı oldukları fiyattan yüksek ise ortaya çıkar.
- e) Hepsi.

18. Bir piyasada sadece bir alıcı ile başka bir satıcının olması durumunda ne ad verilir?

- a) Çift monopol
- b) İki yanlı monopol
- c) Monopsoncu piyasa
- d) Monopolcü piyasa
- e) Hiçbiri

19. Alıcı ve satıcıların piyasaya giriş ve çıkışlarında hiçbir engelle karşılaşmaması tam rekabet piyasasının hangi şartını ifade eder?

- a) Mobilite
- b) Homojenlik
- c) Atomisite
- d) Tarafsızlık
- e) Açıklık

20. Ücret, faiz, rant gibi üretim faktörü fiyatlarının oluştuğu piyasa hangisidir?

- a) Tam rekabet piyasası
- b) Mal piyasası
- c) Monopollü rekabet piyasası
- d) Tam rekabet piyasası
- e) Faktör piyasası

B.Boşluk Doldurma Soruları

1. Mal ve hizmetler ile üretim faktörlerinin el değiştirdiği her türlü organizasyona denir.
2. Mal ve hizmetlerin alınıp satıldığı piyasalara denir. Üretim faktörlerinin alınıp satıldığı piyasalara denir.
3. Tam rekabet piyasası dört şarta dayanır. Bunlar;,, şartlarıdır.
4. koşulu piyasada satışa sürülen belirli bir mal kalite, renk, koku gibi tüm özellikleriyle diğer mallarla tamamen aynı olmasını ifade eder.
5. Alıcı ve satıcıların piyasaya giriş ve çıkışlarında hiçbir engelle karşılaşmamaları koşuluna denir.
6. Tam rekabet şartlarından birinin veya birkaçının gerçekleşmemesi yani aksaması durumunda ortaya çıkar.
7., tek satıcı ve buna karşılık çok sayıda alıcının olduğu bir piyasadır. İki satıcı ve buna karşılık çok sayıda alıcının olduğu bir piyasaya ise denir.
8., birbirini etkileyebilecek kadar az sayıda alıcı ve buna karşılık çok sayıda satıcının olduğu bir piyasadır.
9. aksaması sonucu mallar çeşitli özellikleri itibariyle birbirinden farklılaştırılır.
10. Aynı ihtiyaca cevap veren malların firmalar tarafından farklılaştırılması sonucu piyasası; alıcıların kendilerinin diğer alıcılardan farklı olduğunu, satıcılara kabul ettirmeleri sonucu ise piyasası ortaya çıkar.
11., bir piyasada sadece bir alıcı ile başka bir satıcının olması durumuna denir.
12. Arz ve talep eğrileri aynı diyagram üzerinde çizildiğinde ikisinin kesiştiği noktada oluşur
13. Piyasa denge noktasından miktar eksenine (yatay eksene) bir dik inildiğinde , fiyat eksenine (dikey eksene) bir dik inildiğinde ise bulunur.
14. Piyasada fiyat denge fiyatının altına düştüğünde oluşur.

15. Tüketicilerin aynı miktarda malı razı olduklarından daha düşük bir piyasa fiyatından almaları ve gelirlerinin kendilerine kalan kısmına denir.
16. Tüketici rantı geometrik olarak doğrusunun üstü ile doğrusunun altı arasındaki alan olarak tanımlanır.
17. Üreticilerin mallarını satmaya razı oldukları fiyat ile piyasada oluşan fiyat arasındaki farka denir.
18. ve için piyasa fiyatı oluşmaz.
19. Aynı oranda arz ve talep artışı olursa, piyasada artar, ise değişmez.
20. Arzın artması fiyatları etki yapar. Talebin artması da fiyatları etki yapar.

