**ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ**

**MESLEK YÜKSEK OKULU**

**GENEL İKTİSAT**

**(İKT104)**

 **DERS NOTLARI**

**2023**

**DR. CEMİL GÜNAY**

**İÇİNDEKİLER**

1. İktisat Nedir? …………………………………………………………………..…………………………………….……… 3
2. Bütün Toplumların Ortak İktisadi Sorunları ve Çözüm Yolları…………………………………………15
3. Üretim, Ekonomik Büyüme ve Bölüşüm………………………………………………………………………….22
4. Piyasa Mekanizması………………………………………………………………………………………………………..36
5. Rekabet ve Piyasa Türleri………………………………………………………………………………………………..55
6. Milli Gelir ….………….………………………………………………………………………………………………………. 68
7. Ekonomi Politikasının Amaç ve Araçları ………………………………………………………………………….74
8. Türkiye Ekonomisi …………………………………………………………………………………………………….….86

**KONU 1**

 **İKTİSAT NEDİR?**

**GİRİŞ**

Türkçede iktisat ve ekonomi kavramları genelde aynı anlamda kullanılmaktadır. Biz de bu ders boyunca bu iki kavramı eşanlamlı olarak ve birbiri yerine kullanacağız. Ekonomi sözcüğü Eski Yunanca kökenlidir. Atinalı düşünür Ksenophon’un isim babalığını yaptığı oikonomikos sözcüğü oikos (ev) ve nomos (yasa, düzen) sözcüklerinden türetilmiş olan birleşik bir sözcüktür. Türkçeye “ev düzeni” diye çevrilebilirse de oikos sadece konut değildi; bir ailenin fertlerini, çalışanlarını, kölelerini, bunların yaşadığı mekanları ve ailenin sahip olduğu taşınır ve taşınmaz bütün mülklerini kapsıyordu. Bu nedenle, oikonomikos Türkçeye aile mülkünün yönetimi ya da (tarımsal) işletme yönetimi olarak çevrilebilir. Ancak, ekonomi kavramı bugün çok daha geniş bir ilişkiler bütününü ifade etmek üzere kullanılmaktadır. Bu kavramın günümüzdeki anlamını daha iyi kavrayabilmek için biraz hazırlık yapmamız gerekiyor.

Ekonomi ya da iktisat bilimi kısaca ekonomiyi inceleyen bir bilim dalı olarak adlandırılabilir. Ancak, bu tanımın anlamlı olabilmesi için ekonominin ne olduğunun bilinmesi gerekir. Toplumsal olayların bir parçası olan ekonomik olaylar çok boyutlu ve karmaşıktır. Bu ilk derste, iktisadın konu ve kapsamını anlamamızı kolaylaştırmak amacıyla, önce iktisadi olayların tarihsel gelişimine göz atacağız; sonra, yakın çevremizde günümüzün ekonomik hayatının akışını gözlemleyeceğiz; daha sonra da ekonomi nedir sorusunu cevaplandırmaya çalışacağız.

* 1. **İKTİSADİ OLAYLARIN EVRİMİ**

İnsanlar varlıklarını sürdürebilmek için beslenme, barınma, giyinme gibi doğal ihtiyaçlarını karşılamak zorundadırlar. Ancak, yalnızca doğal ihtiyaçların karşılanması yeterli değildir. Ekonomik ilerleme ile birlikte sayıları gittikçe artan ve giderek daha karmaşıklaşan kültürel ihtiyaçlar da insan yaşamı için vazgeçilmezdir. Toplumun üretim kapasitesi genişledikçe ve insanların yaşam düzeyi yükseldikçe artan ve karmaşıklaşan ihtiyaçları karşılamanın yolları da daha karmaşık hâle gelmektedir. Bu nedenle de ekonomi bilimi giderek daha karmaşık olay ve olguları açıklamaya çalışmaktadır.

1. **Toplayıcılık ve Avcılık**

Tarih öncesi dönemlerde insanlar ihtiyaçlarını doğada hazır bulunan nesnelerle karşılamaya çalışıyorlardı. Çünkü henüz üretmeyi bilmiyorlardı. İlk atalarımız muhtemelen doğada hazır bulunabilen gıdaları toplayıp yiyerek ve uygun yerlere sığınarak ayakta kalabildiler. Toplayıcılık döneminde muhtemelen insanlar zamanlarının büyük bir kısmını günlük yiyeceklerini bulmak için harcadılar.

Bir sonraki gelişme aşamasının avcılık olduğu söylenebilir. Doğaya ilişkin bilgi ve deneyimleri arttıkça insanlar, doğada hazır bulduklarının yanı sıra kendi bilgi ve eylemleriyle dönüştürdükleri nesneleri de kullanmaya başladılar. Bu aşamada insanlar, avlanmak için gerekli olan ok ve yay gibi basit araçları geliştirebildiler. Bu ve benzeri aletler için ilk *üretim araçları* nitelemesini yapabiliriz. Toplayıcılık ve avcılığın bazen günlük ihtiyaçtan daha fazla yiyecek sağlamayı mümkün kıldığını ve böylelikle insanların yiyeceğin bir bölümünü izleyen zamanlar için saklamayı öğrendiğini düşünebiliriz.

1. **Tarım Devrimi, Uzmanlaşma, Değişim (Mübadele) ve Piyasa**

Avcılık aşamasını yabanıl hayvanların evcilleştirilmesi ve toprağın ekilip dikilmesi izledi. İnsanları daha üretken hâle getiren bu gelişmeler sonradan *tarım devrimi* olarak adlandırıldı. Tarım devrimiyle birlikte insanlar yerleşik hayat başladı. Yerleşik hayat ve tarım devrimi insanların kendi öz tüketimlerinden daha fazlasını üretebilmesini mümkün kıldı. Tarımsal ürün fazlası askerlik, din adamlığı, yöneticilik ve zanaatçılık gibi birçok yeni mesleğin doğuşuna ortam hazırladı. Bazı insanlar, çiftçiler tarafından üretilen gıdayı tüketirken, tarımsal ürünler dışındaki mal ve hizmetleri, örneğin yerleşik hayatta (evde) kullanılan aletleri üretmeye başladılar. Böylelikle, farklı işler farklı insanlar tarafından yapılmaya başlandı yani *işbölümü ve uzmanlaşma,* başka bir deyişle farklı meslekler doğdu.

İşbölümünün doğmasıyla insanların yaşayabilmek için birbirlerine duydukları ihtiyacın artması beraberinde *mal değişimini (mübadelesini)* getirdi. Çünkü, yalnızca belli bir ürünü üreten kişi bu ürünün büyük bir kısmını diğer ihtiyaçlarını karşılamak üzere başkalarıyla takas etmek zorundaydı. Malların değiş-tokuşu, mallar arasında bir değişim oranının belirlenmesini gerektirdi. Belli bir malın diğer mallar ile değişim oranı onun göreceli değerini, yani günümüzdeki anlamıyla göreceli fiyatını, vermektedir. Zamanla, mal ve hizmetlerin el değiştirmesi *piyasa* (pazar) olarak adlandırılan ortamda gerçekleşmeye başladı.

Günlük ihtiyacın ötesinde üretim yapılabilmesi ödünç vermeyi de mümkün kılmıştır. Böylelikle borç-alacak ilişkileri doğmaya başlamış, borçlunun ödünç aldığı nesneye karşılık alacaklıya fazladan ne kadar vermesi gerektiği (yani *faiz* oranının ne olması gerektiği) yeni bir sorun alanı doğurdu.

İşbölümüyle birlikte farklı üretim alanlarının doğması, topluluk içi mal değişimine ek olarak topluluklar arası mal değişimini de getirdi. Böylelikle daha ileri bir işbölümü, topluluklar arası işbölümü doğdu. Topluluklar arası işbölümünün doğuşunda çeşitli toplulukların içinde yaşamakta oldukları doğal ortamların farklı olmasının yanı sıra üretimde kazanılmış olan bilgi ve deneyimlerin farklılığı da rol oynadı. Sonuçta, günümüzde ülkeler arasındaki mal ve hizmet değişimi demek olan dış ticaretin ilk örnekleri yaşanmaya başladı.

1. **Tasarruf, Yatırım ve Toplumsal Sınıflar**

Üretim fazlası geleceği düşünmeyi mümkün ve zorunlu kıldı. İnsanlar ürünlerinin bir kısmını gelecekte tüketmek için ya da üretim miktarını artırmak amacıyla kullanmaya başladılar. Böylelikle *tasarruf ve yatırım* doğdu. Evcil hayvanların çoğaltılması, bitkisel ürünlerin bir kısmının tohumluk olarak ayrılması ve alet yapımı, muhtemelen, tasarruf ve yatırımın ilk örnekleriydi.

Günlük ihtiyaçların ötesinde üretim yapılabilmesi sonucu tasarruf ve yatırımın ortaya çıkması ve üretimde kullanılan aletlerin üretimi, tüketim fazlasına ve bu aletlere kimin sahip olacağı sorununa yol açarak mülkiyet kurumunun doğuşunu hazırladı. Mülkiyetin doğmasıyla birlikte insanlar üretim araçları karşısındaki konumlarına göre farklı toplumsal sınıflara ayrıldılar: üretim araçlarına sahip olan varsıl sınıflar ve yoksul sınıflar.

1. **Takas, Para ve Faiz**

Mübadele başladığında mallar başka mallarla *taka*s ediliyordu. Takas yorucu bir işlemdi ve mübadeleyi zorlaştırıyordu. Takasın olabilmesi için iki tarafın birbirlerinin mallarına karşılıklı olarak ve aynı anda ihtiyaç duymaları gerekir. Bu da yetmez; farklı malların hangi oranda değiştirilecekleri yani malların birbiri cinsinden göreceli değerlerinin saptanması başlı başına bir sorundur. Zamanla insanlar, bu zorlukları aşarak mal değişimini kolaylaştırmak için, hayvanlar ve deniz kabukları gibi bazı nesneleri *değişim aracı* ve *değer ölçüsü* olarak kullanmaya başladılar. İzleyen dönemlerde, önce değerli maden külçeleri ve sonra da bu madenlerden basılan sikkeler değişim aracı olarak kullanılır oldu.

Özellikle altın ve gümüş sikkelerin değişim aracı ve değer ölçüsü olarak kullanılması, değişime konu olan diğer tüm nesnelerin değerinin bu iki değerli maden cinsinden ölçülmesini mümkün kılarak değişimi kolaylaştırdı. Böylelikle günümüzde anladığımız anlamda paraya çok benzer bir *değişim aracı* ve *değer ölçüsü* geliştirilmiş oldu ve para cinsinden fiyat kavramı doğdu. Her topluluk ya da devlet kendi parasını basmaya başladı ve para basımı egemenliğin göstergelerinden birisi oldu. Bu sistemde, ülke paraları arasındaki değişim oranı (günümüzdeki adıyla döviz kuru) sikkelerin yapılmış oldukları değerli metalin türüne, ağırlığına ve saflık derecesine göre saptanıyordu.

Zaman içinde, değişim aracı olarak kullanılan paranın miktarı ile üretilen ve değişime konu olan malların miktarı arasında bir ilişki olduğu; para miktarının üretilen mal miktarından daha hızlı artması halinde fiyatların, yani bir birim malın para cinsinden değerinin, yükseldiği; tersi durumda ise düştüğü gözlendi. Fiyatlardaki artış ya da düşüş ekonomide zincirleme etkiler yarattığından para miktarının hangi düzeyde tutulması gerektiği yeni bir sorun alanı olarak ortaya çıktı.

1. **Devlet**

Yerleşik hayatla birlikte daha büyük toplulukların bir arada yaşamaya başlamaları ve servet birikimi, birlikte yaşamanın ortak kurallarının belirlenip uygulanması ve dışa karşı korunma yani *güvenlik* ihtiyacını doğurdu. Bu ihtiyaçlar, toplum tarafından oluşturulup ayakta tutulacak olan yeni bir kurum tarafından karşılanacaktı. Böylelikle bireyler üstü bir otorite, devletin öncülü diyebileceğimiz bir örgüt ortaya çıktı. Devletin doğuşuyla birlikte, toplumsal üretimin bir kısmı devlet için ayrılmaya başlandı. Zamanla çok işlevli bir kuruma dönüşen devletin hangi rolleri oynayacağı ve onu ayakta tutmak için gerekli kaynakların nasıl sağlanacağı yeni sorun alanlarıydı. Bu sorunların çözümü *vergilendirme ve kamu maliyesini* ortaya çıkardı.

1. **Ekonomik Sistemler**

Uzmanlaşmanın gelişmesiyle birlikte farklı insan grupları, statüleri ve işteki konumlarına göre farklı ekonomik roller oynamaya başladılar. Ürün fazlasının ortaya çıkışı toplumun bazı üyeleri için üretimde doğrudan yer almadan yaşama olanağı yarattı. Bu durum, çözülmesi gereken yeni bir sorun doğurdu: Kimler üretim sürecine katılmadan hayatını sürdürebilecekti? Bu insanlar başka ne tür işler yapabilecekler ve toplumun çalışan kesimini nasıl disipline edebileceklerdi?

Farklı ekonomik sistemler bu temel soruna farklı çözümler geliştirdiler. Örneğin, monarşist sistemlerde güçlü seçkinler ürün fazlasını kontrol ediyor ve artığın bölüşümü doğuştan gelen haklara dayanıyordu. Monark tebaasının rızasını ya da boyun eğişini genellikle kaba kuvvetle sağlayabiliyordu. Toplumların birçoğunda, bütün insanların yine kaba kuvvetle çalışmaya zorlandığı köleci sistem yürürlükteydi.

Kölecilik ve otoriter yönetimler çok güçlüydüler ve seçkinlerin ekonomiyi ve yaratılan ürün fazlasını doğrudan kontrol etmelerini sağlıyorlardı. Ama bazı zaafları vardı. Köleler ve tebaalar sıklıkla ayaklanıyorlardı. Çalışma disiplinini sağlamak kolay olmuyordu: köleler şiddete başvurma ve düşmanca davranma eğiliminde olduklarından onları disipline etmek ve verimliliklerini artırmak sıkıca denetlenmelerini gerektiriyordu.

Köleciliği *feodalizm* olarak adlandırılan daha esnek ve dolayısıyla daha etkin bir sistem izledi. Feodalizmde, işi organize etmek ve artık ürünü yönetmek için daha karmaşık bir hak ve yükümlülükler ağı kullanılıyordu. Köylülerin soylular, toprak sahipleri ya da kraliyet tarafından kontrol edilen topraktan geçimini sağlamalarına izin veriliyordu. Köylüler, artık ürünün çoğunu soylulara aktarmak kaydıyla, kendilerinin ve ailelerinin geçimini sağlayabiliyorlardı.

Binlerce yıl boyunca ekonomik faaliyetlerin özünü bitkisel ve hayvansal üretim ile avcılıktan oluşan tarım, basit aletlerin üretildiği zanaatçılık ve üretilen tarımsal ürünler ile aletlerin değişimini gerçekleştiren ticari faaliyetler oluşturdu. Milattan sonra 10. yüzyıldan başlayarak Batı Avrupa’da ekonomik faaliyetlerde meydana gelen artış, bununla beraber insanlığın bilgi ve deneyiminde yaşanan gelişmeler yeni bir dönemin oluşmasına ortam hazırladı. Tarımda yeni üretim tekniklerin geliştirilmesi verimliliği artırdığından artık ürün de çoğalıyordu. Artık ürünün artması, daha güçlü ve sağlam kaynaklara sahip merkezi hükümetlerin kurulmasına, sanayi öncesi imalâthanelerinin doğuşuna ve giderek uzak toprakların keşif ve işgali gibi daha karmaşık tarım dışı faaliyetlerin geliştirilmesine olanak sağlıyordu. Özellikle deniz taşımacılığındaki teknolojik yenilikler kıtalar arası ticaretin gelişmesini destekledi. Ticaretin gelişmesiyle birlikte, Orta Çağın sonuna doğru, yepyeni bir *tüccarlar* sınıfın ortaya çıktı. Bu yeni sınıf, büyüyen ticareti destekleyerek artığın önemli bir parçasına el koyuyordu. Tüccarlar, izleyen dönemde sanayi kapitalistlerine dönüşerek *kapitalizmin* gelişiminde önemli bir dönüştürücü rol oynayacaktı.

Ekonomik faaliyetlerdeki artış ve insan bilgi ve deneyimindeki gelişme Batı Avrupa’da 15 ve 16. Yüzyıllarda yeni bir dönemin doğuşuna uygun bir ortam hazırladı. Üretimde insan ve hayvan enerjisinin yanı sıra mekanik enerji de kullanılmaya başlandı; insanoğlu mekanik enerji ile çalışan *makineyi* geliştirdi*.* Makinenin kullanılması üretimde daha önce görülmedik ölçüde artışlara yol açtı. Üretimin insan gücüne olan bağımlılığı azaldı. Bu teknolojiler, daha karmaşık ve pahalı donatılar gerektiren büyük ölçekli ve çok sayıda kişinin bir arada çalıştığı *fabrikalarda* yepyeni bir iş organizasyonu gerektiriyordu. Kapitalizmin doğuşuyla birlikte iki yeni toplumsal kesim ortaya çıktı, fabrika ve mülk sahibi *kapitalistler* (burjuvalar) ve emek gücünü kapitalistlere satarak geçimini sağlayan *işçiler*.

Bu dönemin ortaya çıkardığı önemli sorunlardan birisi, üretilen toplumsal ürünün toprak sahipleri, işçiler ve üretim araçlarına sahip olanlar (burjuvalar) arasında nasıl bölüşüleceği; yaratılan toplumsal ürünün ne kadarının ücretlere ve ne kadarının toprak kirası ile kârlara gideceği sorunudur.

Kapitalizmin doğuşuna, kapitalistler arasında yoğun rekabetin ortaya çıkışı eşlik etti. Bütün bireysel kapitalistlerin temel amacı rakiplerinden daha ucuza ve daha kaliteli üretim yaparak pazar paylarını ve böylelikle de kârlarını artırmaktı. Rekabet sürecinde başarısız olan küçük çiftçilerin ve zanaatçıların çoğu bağımsız üretici konumlarını kaybederek *işgücünün* bir parçasına dönüştüler. Gelir elde edebilmeleri, sahip oldukları işgücünü toprak ya da fabrika sahiplerine satabilme yeteneklerine bağlı hâle geldi.

Makinelerin üretimde yaygın olarak kullanılmaları *sanayileşme* olarak adlandırıldı. 1750’leri izleyen bir yüzyılda sanayileşme eğilimi hızlandı ve bu dönemdeki gelişmeler daha sonra *sanayi devrimi* olarak nitelendirildi. Sanayi devrimi önce İngiltere’de gerçekleşti. Fransa, ABD, Almanya, İtalya ve Japonya, İngiltere örneğini izleyerek önemli sanayi ülkeleri hâline geldiler.

1. **İşsizlik**

Makinelerin sanayi sektörünün yanı sıra tarımda ve diğer sektörlerde de kullanılması önemli ekonomik ve toplumsal gelişmelere yol açtı. Makinelerin tarım sektöründe kullanılması bu sektörde işletme ölçeğini büyüttüğü ve işgücü talebini azalttığı için milyonlarca insan topraklarını ve işlerini kaybettiler. Tarım toprakları giderek daha az sayıda toprak sahibinin elinde toplandı. Topraklarını ve işlerini kaybeden insanlar, sanayinin gelişmekte olduğu ve hızla büyüyen kentlere akın ettiler. Sanayi üretimindeki hızlı artışa rağmen, üretimde giderek daha çok sayıda ve daha ileri teknolojiler içeren makinelerin kullanılması nedeniyle, kentsel işgünün tümünün iş bulamaması sıkça gözlenen bir durum oldu. *İşsizlik* yeni bir ekonomik ve toplumsal olgu olarak ortaya çıktı. Geçimini sağlamak için çalışacak bir iş bulamayan ya da düşük ücretle çalışan işçiler yoksullaştı ve kent yoksulluğu hızla gelişen sanayileşmeye eşlik eden bir olgu oldu. İşsizlik ve yoksulluk özellikle ekonomik faaliyetlerin azaldığı kriz dönemlerinde daha da ağırlaşıyordu.

1. **Tekelci Piyasa Gücü**

19. yüzyıl öncesinde piyasalar, uluslararası ticarete konu olan şeker, baharat ve ipekli, pamuklu ve yünlü dokumalar gibi az sayıda mal ile köle ticareti dışında genellikle yerel ya da en fazla ulusal boyutta idiler. Bu piyasalar, genellikle, çok sayıda küçük ölçekli ve piyasa fiyatını etkileme gücü olmayan firmanın faaliyet gösterdiği *rekabetçi* piyasalardı.

Özellikle 19.yüzyıl ortalarından itibaren çoğu piyasalar az sayıda, büyük ve piyasayı maniple etme ve fiyatları etkileme gücü olan firmaların egemen olduğu bir yapıya evrildi. Az sayıdaki tekelci firma yalnızca ulusal değil ama aynı zamanda giderek artan ölçüde uluslararası piyasalarda da faaliyet göstermeye başladılar. Küçük ölçekli firmaların tersine bu tekelci firmalar *piyasa gücüne* sahiptiler. Üretim miktarını ve mal fiyatlarını, kârlarını en yüksek düzeye çıkaracak şekilde ayarlayabilmekteydiler.

1. **Kalkınma, Geri Kalmışlık ve Uluslararası Ekonomik Sistem**

Batı Avrupa’daki sanayileşme ile birlikte ülkeler arasında yeni bir işbölümü ortaya çıktı. Sanayileşme sürecine önce giren ülkeler daha çok miktarda ve daha kaliteli sanayi ürününü giderek daha düşük maliyetlerle üretiyorlardı. Sanayileşen ülkelerin kaliteli ve ucuz ürünleri diğer ülke pazarlarını işgal etmeye başladı. Sanayileşme sürecine giremeyen ülkeler, mamul mal ticaretinde sanayileşen ülkelerle rekabette yenik düştüler. Sanayileşen ülkeler güçlenirken diğer ülkeler ile aralarındaki gelir ve güç farkı artmaya başladı. Böylelikle bir *geri kalmışlık sorunu* ortaya çıktı. Sanayileşme sürecini başlatamayan ülkeler yalnızca geride kalmadılar, bunlardan bazıları üzerinde, sanayileşen ülkelerdeki sanayileşmenin yıkıcı etkileri de oldu. Yıkıcı etkileri en açık biçimde yaşayan ülkelere Çin, Hindistan ve Osmanlı İmparatorluğu örnek verilebilir. Geri kalmış ülkeler hammadde satan ve mamul mal alan bir konuma sürüklendiler. Bu yeni dönemde artık, ülkelerin kendi kaderleriyle baş başa kalma şansları tümüyle ortadan kalktı. Birçoğu siyasal bağımsızlıklarını kaybederek sanayileşen ülkelerin sömürgesi hâline geldiler. Ekonomik sorunlar ülkelerin iç işi olmaktan çıktı. Sanayileşmiş güçlü ülkeler geride kalan ülkelere izleyecekleri ekonomi politikalarını dayatmaya başladıklarından geri kalmış ülkeler, kendi çıkarlarına uygun iktisadi politikalar uygulama şansını büyük ölçüde kaybettiler.

 Bu gelişmelerle birlikte iktisadın ilgi alanına uluslararası nitelikte yeni tartışma konuları girdi. Bu konular arasında belki de en önemlisi “Bazı ülkeler sanayileşme yoluyla zenginleşir ve kalkınırken neden öbür ülkeler bunu başaramıyorlar?” sorusu idi.

Öte yandan, dünyadaki yaygın sanayileşme hareketi ile birlikte ülkelerarası ekonomik ilişkiler giderek arttı ve karmaşıklaştı. Bu gelişme, uluslararası ekonomik ilişkilerin yürütüleceği bir ortak kurallar bütünü, bir sistem oluşturma ihtiyacını doğurdu. Böylelikle, uluslararası ekonomik kuralların nasıl oluşturulup uygulanacağı sorusu da iktisadi tartışmalar kümesine eklenmiş oldu.

1. **Temsili Para**

Değerli metallere dayalı para sistemi, artan üretim ve çeşitlenen ekonomik faaliyetler karşısında yetersiz kalınca, yeni bir para türü ortaya çıktı: *temsili para*. Madeni paraların kullanıldığı para sisteminde çeşitli ülke paralarının değeri bu paraların içerdiği değerli maden miktarı ile madenin ayarına bağlı olarak belirleniyordu. Temsili para (örneğin kâğıt para) sisteminde ülke paralarının birbiri cinsinden değerinin (döviz kurlarının) belirlenmesi daha karmaşık iktisadi ya da idari mekanizmaları ortaya çıkarmıştır. Ülke paralarının birbiri cinsinden değerinin ne olması gerektiği sorununu da içeren uluslararası para sistemi yine günümüzün çokça tartışılan bir iktisadi sorunudur.

1. **Sürdürülebilirlik**

Yirminci yüzyılda sanayileşme sürecinin genişleyerek ve derinleşerek sürmesi, üretimde kullanılan kaynakların hızla tükenmesi ve çevrenin kirletilmesi sorunlarını ortaya çıkardı. Son dönemde küresel ısınma bütün insanlığı tehdit eden, dünyanın en ivedi sorunlarından birisine dönüştü. Doğal kaynakların tükenmesi, çevre kirliliği ve küresel ısınmanın ulaştığı ve mevcut uygulamaların sürdürülmesi halinde yakın gelecekte ulaşması olası boyutlar bütün insanlık için alarm zillerini çaldırmaktadır. Şimdiye kadar uygulanmış olan, ne pahasına olursa olsun sanayileşme, ekonomik büyüme ve refah artışı yaklaşımı yerini, zorunlu olarak, sürdürülebilir kalkınma arayışlarına bıraktı.

Başlıca ekonomik gelişmelerin bu kısa tarihsel özetinin ardından şimdi sıra, yakın çevremizde günümüzün ekonomik işleyişine ilişkin basit gözlemlere geldi.

* 1. **YAKIN ÇEVREDEN GÖZLEMLER**

Gözlemlere kendi ailenizden başlayabilirsiniz. Ailenizde hangi yaşlardan kaç kişi var? Ev dışında kimler çalışıyor ve ne kadar kazanıyorlar? Ev içinde kim ne iş yapıyor? Ailenizde çocuk ve bakıma muhtaç kişiler var mı? Bunlara kim bakıyor? Oturduğunuz ev kira mı, mülk mü? Kira ise kimden kiraladınız, mülkse nasıl edindiniz?

Aylık geliriniz ne kadar? Gelirinizi çeşitli harcama kalemleri arasında nasıl dağıtıyorsunuz? Geliriniz harcamalarınız için yeterli mi? Tasarruf yapabiliyor musunuz? Hiç kredi kullandınız mı, kullandınızsa ne amaçla? Beş yıl öncesine göre geliriniz arttı mı, azaldı mı yoksa aynı mı kaldı? Biraz daha fazla kazanabilseydiniz ek gelirinizle ne yapmak isterdiniz?

Sonra mahallenize bir göz atın. Mahallenizdeki konutlar birbirinin benzeri mi, yoksa aralarında büyük farklılıklar var mı? Mahallenizde evsiz kimse var mı? Mahalle sakinlerinin çoğunun çalışacak bir işi var mı? Ne tür işler yapıyorlar? Hayatlarını kolaylıkla sürdürebilecek alım güçleri var mı? Hayatlarından memnunlar mı?

İnsanlar işlerine, okullarına ya da gidecekleri diğer yerlere kendi araçlarıyla mı, toplu taşıma araçlarıyla mı, yürüyerek mi gidiyorlar? Rahatlıkla ve para ödemeden gezip dinlenebilecekleri kamusal alanlar var mı?

Mahallemizde okul, hastane ya da kütüphane var mı? Bu binaların bakımını kim yapıyor? Çalışanları kimler? Sokaklar temiz mi, kim temizliyor? Mahallenizin havası temiz mi? Musluklarınızdan akan su içilebilir nitelikte mi? Suyu kim sağlıyor ve bedeli ne kadar?

Alış-veriş merkezlerinde neler satılıyor? Satılmakta olan ürünler yerli mi, ithal mi? Mahalleli satılmakta olan ürünleri kolaylıkla alabiliyor mu? Aldıkları ürünlerden memnunlar mı? Ödemelerini nakit olarak mı, banka kartıyla mı yoksa kredi kartıyla mı yapıyorlar?

Mahallenizde banka, iş hanı, kamu binaları ya da imalâthaneler gibi başka işyerleri var mı? Bu işyerlerinde kimler çalışıyor ve ne üretiyorlar? Son zamanlarda yeni işyerleri açıldı mı? Açıldıysa ne türden işyerleri? İçlerinde çalışan arayan var mı? Varsa ne tür çalışan?

Ekonomik olayların tarihsel gelişimini özetledikten ve yakın çevrede yapılan gözlemlerden sonra şimdi artık ekonomi nedir sorusuna cevap arayabiliriz.

* 1. **İKTİSAT NEDİR?**

İktisat son derecede karmaşık ve giderek daha da karmaşıklaşan bir toplumsal ilişkiler bütününü, kısaca, hayatımızı konu almaktadır. Nasıl çalıştığımızı, ne ürettiğimizi, ürettiğimizi nasıl bölüştüğümüzü ve nihayetinde de tükettiğimizi incelemektedir. İktisat kısaca kimin ne yaptığı, karşılığında ne aldığı ve bu aldığını nasıl kullandığı ile ilgilidir.

İktisat toplumsal bir konudur. Yalnızca teknoloji ve verimlilik gibi teknik konularla değil ama aynı zamanda ekonomik hayatın işleyişi sürecinde insanlar arasındaki etkileşim ve ilişkiler ile de ilgilidir. Toplumda yaşayan herkes bir şekilde ekonomik olayları deneyimlemekte, onlara katkı koymaktadır. Herkes ekonominin nasıl işlediği, ne kadar iyi işlediği ve kimin çıkarına işlediği ile ilgilenir.

Ekonomiye ilişkin tartışmalar yalnızca uzmanlığın etkili olduğu teknik tartışmalar değildir. Sözcüğün geniş anlamında siyasal tartışmalardır: farklı grupların farklı çıkarları vardır, her grup kendi çıkarının nerede yattığını bilir ve doğal olarak kendi çıkarları doğrultusunda hareket eder.

Sonuç olarak, iktisat saf bir bilim değildir. İktisatçılar, ekonomiyi ve ekonominin nasıl işlediğini anlamaya çalışmışlardır. Ancak bunu yaparken genellikle ekonominin nasıl olması gerektiği konusunda çok güçlü ve çoğu kez örtük görüşleri vardır. İktisat teorileri her zaman gerçek dünyadaki tartışma, politika ve çıkarlardan etkilenmiştir. Ekonomi bilimi doğası gereği siyasal niteliktedir. Çıkar çelişki ve çatışmalarından bağımsız hiçbir iktisat politikası tartışması yoktur. Bu nedenle de iktisatçılar arasında ekonomi biliminin tanımı ve kapsamı konusunda görüş birliği yoktur. Her birisi karmaşık gerçekliğin farklı yönlerini öne çıkaran, farklı moral ve siyasal yargılara varan ve farklı sonuçlara ulaşan iktisat teorileri söz konusudur. Ekonomide tek doğru olmadığından ekonomiyi, farklı iktisadi görüşlerin farkında olarak ve var olan koşullarda hangi görüşlerin daha anlamlı olduğunu anlama yeteneğini geliştirecek şekilde öğrenmek gerekir.

Farklı iktisadi yaklaşımlar iktisadın tanımına da yansımıştır. Biz iktisadi ilişkilerin özünü yansıttığını düşündüğümüz kısa bir tanımla yetineceğiz. İktisat, insanların yaşamak için ihtiyaç duydukları mal ve hizmetlerin üretimi sırasında birbirleriyle ve doğal çevreyle olan ilişkilerini ve bu ilişkilerin zaman içinde nasıl değiştiğini inceleyen bir bilim dalıdır. Dolayısıyla iktisat, varlığımızı sürdürmek için gerekli gıda, giyecek, konut ya da boş zaman gibi şeyleri nasıl edindiğimizi; alıcı ve satıcı, işveren ve çalışan, yurttaş ve kamu görevlisi, ana-baba, çocuklar ve diğer aile bireyleri olarak aramızdaki ilişkileri; soluk almaktan madenlerin topraktan çıkartılmasına kadar doğal çevremizle ilişkimizi ve bütün bunların zaman içinde nasıl değiştiğini konu edinir.

Buraya kadar söylediklerimizden de anlaşılacağı üzere, bilgi ve teknolojinin gelişimiyle iktisat arasında yakın bir ilişki vardır. İktisat bilimi ekonomik hayata paralel bir gelişme göstermiştir. İktisatçılar, gerçek hayattaki sorun, tehdit ve çatışmaları anlamaya çalışmışlardır. Bilgi ve teknolojideki gelişmeler insanların aralarından seçim yapabilecekleri farklı seçenekleri artırmaktadır. İktisat bilimi ancak farklı seçenekler ortaya çıktığı ölçüde gelişebilmiştir. Bu nedenle, ekonominin farklı seçenekler arasında *seçim (tercih) yapma bilimi* olduğunu söylemek mümkündür. Ekonomi, var olan seçenekleri açığa çıkarmayı ve açıklamayı amaçlamaktadır. Farklı seçenekler yoksa iktisat bilimine de gerek kalmaz. Örneğin, henüz toplayıcılık aşamasındaki insan için hayatta kalabilmenin tek yolu bulabildiğini yemektir; karın doyurabilmenin başka alternatifi yoktur. Dolayısıyla iktisat bilimine de yer yoktur.

Günümüzde insanlar bireysel ve toplumsal düzeylerde tercihlerde bulunmaktadırlar. Bireyler, farklı eğitim seçeneklerinden birisini yeğlemekte ve aldığı eğitim ile yapabileceği işi seçmekte; işini yaparken gelirini artırmanın yollarını aramakta, gelirinin ne kadarını tüketeceğine ne kadarını tasarruf edeceğine, tüketimini çeşitli mal ve hizmetler arasında nasıl dağıtacağına karar vermekte; tasarruflarını kendisi değerlendirmekte ya da başkalarına ödünç olarak vermektedir. Kısacası, önündeki çeşitli seçeneklerden bir tanesini seçerek yaşamını sürdürmeye çalışmaktadır.

Örgütsel düzeyde, örneğin özel bir firmada, seçim yeni bir bilgisayar sistemi kurmakla mevcut sistemi yenileyerek kullanmak arasında olabilir. Sağlık alanında çalışan bir yardım kuruluşunda seçim, toplanan bağışların mevcut hastaların tedavisinde kullanmasıyla hastalıkların önlenmesi ve tedavisinde yeni yöntemler geliştirmeye dönük araştırmalara harcanması arasında olabilir.

Olaya ulusal ölçekte baktığımızda da benzer bir durum söz konusudur. Toplumlar neyi üreteceklerine ve üretilen toplumsal ürünü farklı toplumsal sınıflar arasında nasıl bölüştüreceklerine karar verirler. Tüketim ve tasarruf oranlarını kararlaştırırlar. Toplam tüketimi farklı mal ve hizmetler arasında dağıtırlar. Tasarrufların farklı yatırım alanlarına ne ölçüde tahsis edileceğine karar verirler. Ulusal gelirin ne kadarının devlet tarafından harcanacağına, vergilerin kimlerden alınacağına ve devlet harcamalarının farklı harcama alanları arasında nasıl dağıtılacağına karar verirler. Ayrıca, ülkeler neleri ihraç ve neleri ithal edeceklerine, nerelerden borç alıp nerelere borç vereceklerine karar verirler. Bu listeyi uzatmak mümkün ama sanırız bu kadarı sorunun anlaşılması için yeterlidir.

* 1. **İKTİSAT ÖĞRENMEK BİZE NE SAĞLAR?**

Yukarıda iktisadın iktisadi olayları incelediğini ve iktisadi olayların da toplumsal olayların bir parçası olduğunu belirttik. O halde iktisadi olayları toplumsal olaylardan ayırmak mümkün olmadığı gibi, iktisadi olayları anlamadan toplumsal olayları anlamak da mümkün olmayacaktır. Dolayısıyla, iktisat öğrenmek öncelikle çevremizde, ülkemizde ve dünyada olup bitenleri anlamamızı kolaylaştırabilir.

 İkincisi, iktisadi olaylar hepimizin günlük yaşantısını yakından etkilemektedir. Bazı iktisadi gelişmeler bizi olumlu yönde etkilerken diğer bazıları bize zarar verebilmektedir. Doğru kişisel kararlar verebilmemiz için bu etkileri doğru değerlendirmemiz gerekir.

 Üçüncüsü, bir yurttaş olarak siyasal tercihlerimizi oluştururken hangi iktisat politikalarının kendimizin ve ülkemizin yararına olduğunu değerlendirebilmek için iktisat bilgisine ihtiyaç duyarız.

 Dördüncüsü, iktisatçılık başlı başına önemli bir meslektir. Doğal olarak, iktisatçılığı meslek olarak seçenlerin iktisat bilmeleri gerekir.

Beşinci neden, meslek olarak iktisatçılığı seçmemiş olan kişilerden de diğer mesleklere girişte iktisat bilgisi isteniyor olmasıdır.

 Son olarak, iktisat eğitiminin insanlara belli bir bakış açısı kazandırdığını söyleyebiliriz. İktisat eğitimi, olaylara ve olgulara sistematik ve bütüncül bir biçimde yaklaşmamızı kolaylaştırır.

**KONU 2**

**BÜTÜN TOPLUMLARIN ORTAK İKTİSADİ SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI**

Bu ikici konuda, toplumların temel ekonomik sorunlarını ve bu sorunların başlıca çözüm yollarını yani ekonomik sistemleri tartıştıktan sonra iyi bir ekonominin özelliklerini özetleyeceğiz.

* 1. **TOPLUMLARIN TEMEL EKONOMİK SORUNLARI**

Günümüz ekonomilerinde çok sayıda karmaşık ekonomik faaliyet yürütülmektedir. Bununla birlikte, günümüzün karmaşık ekonomisinde verilmesi gereken temel kararların çoğu ilkel bir ekonomide olduğundan çok farklı değildir. Temel ekonomik sorunları altı ana başlıkta toplamak mümkündür:

1. Hangi mal ve hizmetler ve ne miktarlarda üretilmelidir?
2. Mal ve hizmetler hangi yöntemlerle üretilmelidir?
3. Üretilen toplam ürün nasıl bölüşülmelidir?
4. Kaynaklar tam olarak kullanılmakta mıdır?
5. Kaynaklar etkin olarak kullanılmakta mıdır?
6. Ekonominin üretim kapasitesi zaman içinde büyümekte midir?

Şimdi bu sorunları kısaca tartışalım.

1. **Hangi mal ve hizmetler ve ne miktarlarda üretilmelidir?**

Toplumlar, kaynakların sınırlılığı nedeniyle, ihtiyaç duydukları tüm malları ihtiyaç duydukları miktarda üretemedikleri için hangi maldan ne kadar üretileceği önem kazanmaktadır. Kıt olan kaynakların tümünün kullanılmakta olduğu varsayıldığından, yeni bir mal üretilmesine karar verildiğinde ya da üretilmekte olan malın üretim miktarı artırılmak istendiğinde başka bir malın üretiminin azaltılması gerekmektedir. Bu nedenle, her ekonomide, var olan sınırlı kaynaklarla hangi mal ve hizmetlerden ne kadar üretileceğinin kararlaştırılacağı bir mekanizmanın olması gerekir.

1. **Mal ve Hizmetler Hangi Yöntemlerle Üretilmelidir?**

Bu, kullanılacak üretim teknolojisine ilişkin bir sorudur. Genellikle, malların farklı teknolojiler kullanılarak üretilmesi mümkündür. Örneğin, belli bir miktardaki tarımsal ürün işgücü, gübre ve makine gibi diğer girdilerin miktarlarına bağlı olarak geniş ya da daha dar bir alanda üretilebilir. Bu miktardaki ürünün hangi girdi bileşimiyle üretileceğine karar vermek için farklı ölçütler kullanılabilir. Malların üretimi gerçekleştirilirken hangi üretim faktöründen ne kadar kullanılacağı iktisadın temel sorunlarından bir tanesidir. Üretimde işgücünün daha fazla kullanılması halinde *işgücü yoğun* üretim, sermayenin daha fazla kullanılması halinde ise *sermaye yoğun* üretim söz konusudur. Bu amaçla, sıkça kullanılan bir ölçüt *etkinlik’*tir. Etkinlik, belli bir miktar ürünün mümkün olan en az girdi kullanılarak üretilmesidir.

1. **Üretilen Toplam Ürün Nasıl Bölüşülmelidir?**

Üretilen mal ve hizmetlerin toplumu oluşturan bireyler ile çeşitli gruplar arasında nasıl bölüşüleceği iktisadın önemli konularından bir diğeridir. Bu konu gelir dağılımı ya da bölüşüm adı altında incelenmektedir. Toplumu oluşturan bireyler üretim araçlarının mülkiyetine sahip olup olmadıklarına ve üretim sürecinde üstlendikleri rollere göre farklı sınıflara ayrılmaktadır. Her bir sınıfın toplam gelirden ne kadar pay aldığı bölüşüm sorununun özünü oluşturmaktadır. Mülk sahibi olmayıp işgücünü satarak geçimini sağlamaya çalışan kesimlerin gelirleri ücretlerden, mülk sahibi olanların gelirleri ise kâr, faiz ve ranttan oluşmaktadır.

İktisat ayrıca, piyasanın işleyişi sonucunda kendiliğinden ortaya çıkan gelir bölüşümünün vergilendirme, asgari ücret uygulaması, sosyal yardım ve teşvik politikaları gibi müdahaleci devlet politikalarıyla nasıl değiştirilebileceği ile de ilgilidir.

Toplumların temel iktisadi sorunları yukarıda sayılan üç başlık altında toplanabilmekle birlikte, aşağıdaki üç soru bir ekonominin içinde bulunduğu durumun daha kolay anlaşılabilmesini sağlar.

1. **Ülkenin Kaynakları Tam Olarak Kullanılmakta mıdır?**

Kaynakların sınırlı olduğu bir dünyada mümkün olan en fazla mal ve hizmet üretiminin gerçekleştirilebilmesi için tüm kaynakların üretimde kullanılması amaçlanır. Ama gerçek hayatta genellikle böyle olmamakta, toplumlar üretim faktörlerinin bir kısmını kullanamamaktadırlar. Bu takdirde işsizlik ya da atıl kapasite ortaya çıkmaktadır. İşgücü, doğal kaynaklar ya da sermaye stokunun tam olarak kullanılamaması toplumsal refah artışını sınırlandırmaktadır. Örneğin bazı işçiler işsiz kalmakta, işçilerin çalışabilecekleri fabrikalar tam kapasite ile çalıştırılmamakta ya da kapalı kalmaktadır. Kaynakların eksik kullanılması bir kaynak israfı, üretim ve refah kaybı demektir.

1. **Kaynaklar etkin olarak kullanılmakta mıdır?**

Bazen, kaynakların tümü kullanılmakla birlikte bu kaynaklarla elde edilmesi olanaklı olan üretimin tümü gerçekleştirilemeyebilir. Eğer bir ekonomide kaynak kullanımı değiştirilerek üretim artırılamıyorsa kaynaklar etkin kullanılıyor demektir. Aksi durumda, çeşitli malların üretimine ayrılan kaynak miktarları değiştirilerek üretim artışı mümkün olur ki bu, başlangıçta kaynakların etkin kullanılmadığını gösterir. Kaynak kullanımının etkin olmayışı işgücünün yanlış kullanımından ya da işgücü ile sermayenin bileşiminin yanlış olmasından kaynaklanabilir.

1. **Ekonominin Üretim Kapasitesi Zaman İçinde Büyümekte midir?**

Toplumsal refahı yükseltmenin başlıca yolu üretim kapasitesini artırmaktır. Eğer bir ekonominin mal ve hizmet üretme kapasitesi zaman içinde büyüyorsa, bugün için ulaşılamayan milli gelir düzeylerine gelecekte ulaşılabilecek demektir. Üretim kapasitesi; kullanılan kaynak miktarı artırılarak, kaynakların nitelikleri iyileştirilerek ya da kaynak kullanımı daha etkin hale getirilerek artırılabilir. Nüfus artışı sonucunda çalışabilecek insan sayısı artar. Ancak çağımızda üretim kapasitesindeki artış, daha çok, eğitim yoluyla işgücünün üretkenliği artırılarak, sermaye stoku büyütülerek ve teknoloji geliştirilerek sağlanmaktadır. Açıkçası, tüm ihtiyaçları karşılayacak kadar mal ve hizmet üretilemeyen bir ülkede ekonomik büyüme önemlidir; çünkü refah artışını mümkün kılacak üretim artışı ancak büyüme ile sağlanabilir. Ayrıca, ülkelerin büyüme hızındaki farlılıklar zamanla ülkelerin yaşam düzeylerinin de farklılaşmasıyla sonuçlanmaktadır. Özellikle yoksul ülkelerde büyüme hızlarının düşük kalması zengin ve yoksul ülkeler arasındaki refah farkını daha da büyütmektedir.

* 1. **TEML EKONOMİK SORUNLARIN ÇÖZÜM YOLLARI: EKONOMİK SİSTEMLER**

Yukarıda saydığımız temel sorunlar tüm zamanlardaki bütün ekonomilerin ortak sorunlarıdır. Kısaca ne, nasıl ve kimin için üretim sorunlarının çözümü için farklı yöntemler kullanılagelmiştir. Bunların başlıcaları gelenek, piyasa mekanizması ve planlamadır. Gelenek, iktisadi sorunlara çözüm aramanın en eski yoludur ve daha çok sanayi öncesi geleneksel toplumlarda söz konusudur. Bu sistemde çocuklar genel olarak anne-babalarının yaptıkları işleri ve onların yaptıkları şekilde yaparlar. Böylelikle elde edilen bilgi ve deneyimler kalıtım yoluyla kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır. İnsanların iş ve yer değiştirmeleri kısıtlanmıştır. Üretimin yansıra bölüşüm de geleneksel yöntemlerle yapılmaktadır. Günümüz ekonomilerinde geleneğin ekonomik sorunların çözümündeki rolü önemini kaybetmiştir. Modern ekonomilerde sorunların çözümünde piyasa mekanizması ve planlama kullanılmaktadır. Esas olarak piyasa mekanizmasını kullanan ekonomiler kapitalist ekonomiler, esas olarak planlamayı kullanan ekonomiler ise sosyalist ekonomiler olarak adlandırılmaktadır.

Kapitalist ve sosyalist ekonomiler arasındaki temel farklar üretim kaynaklarının mülkiyeti, karar süreçleri ve amaçlara ilişkindir. Kapitalist ekonomilerde ana hammaddeler, üretim araçları ve üretilen ürünler ağırlıklı olarak özel mülkiyete konu iken, sosyalist ülkelerde üretim araçları kamunun sahipliğindedir.

Kapitalizmde, ilke olarak, kaynakların farklı amaçlar arasında bölüştürülmesi (kaynak tahsisi) piyasa mekanizması tarafından gerçekleştirilmektedir. Çok sayıdaki birey ya da kurum piyasadaki fiyat hareketlerini dikkate alınarak karar vermektedirler. Piyasa mekanizması üretim faktörlerinin kullanımını koordine etmekte ve fiyatlar hareketleri piyasadaki gelişmeleri yansıtmaktadır. Birey ve firmaların aldıkları kararları koordine edecek bir mekanizmanın yokluğunda, piyasa mekanizması bu kararları birbirleriyle uyumlu hâle getirmektedir. Kararlar kişisel çıkar ve kâr güdüsüyle alınmaktadır. Tüketicilerin mal ve hizmetlere olan talebi hangi malların üretileceğini etkileyen önemli bir etkendir. Ancak, satın alma gücü insanlar arasında eşit dağılmadığından, hangi malların üretileceği konusunda zengin tüketicilerin söz hakkı yoksullara göre çok daha fazladır. Tipik bir piyasa ekonomisinde, gelir ve servetin dağılımı ekonomik kararların niteliğini etkilemektedir; çünkü bölüşüm, fiili talebi belirleyen paraya kimin sahip olacağını belirlemektedir. Ayrıca firmalar da reklâm ve propaganda güçleriyle tüketici talebini ve dolayısıyla da hangi malların üretileceğini büyük ölçüde etkilemektedirler.

Planlı ekonomide temel ekonomik sorunların çözüm mekanizması piyasa değil merkezi planlama birimidir. Ekonomide neyin, ne kadar ve nasıl üretileceği ve nasıl bölüşüleceği bu birim tarafından kararlaştırılır. Ekonomik faaliyetlerin amacı devlet tarafından belirlenen hedeflere ulaşmaktır. Yapılacak işler merkezi karar birimi tarafından kararlaştırılır ve kaynak tahsisi büyük ölçüde bu birim tarafından yapılır.

Piyasa ekonomileri ile planlı ekonomiler arasında büyük farklılıklar olmakla birlikte gerçek ekonomiler bu iki mekanizmayı şu ya da bu ölçüde kullanmaktadırlar. Bu anlamda günümüzde her ülke ekonomisi bir ölçüde “karma” bir ekonomidir. Bu iki mekanizmanın hangi oranlarda birlikte uygulandığı hem ülkeden ülkeye ve hem de zaman içinde aynı ülkede değişmektedir. İki mekanizmadan yalnızca bir tanesi kullanan tek bir ekonomi bile yoktur. Kapitalist ekonomilerde idari kararlarla piyasa mekanizmasının işleyişine müdahale edilmektedir. Asgari ücret uygulaması, bazı tarım ürünlerinde üretimin kota ile sınırlandırılması ve savaş ya da salgın hastalık gibi durumlarda piyasanın sınırlandırılması bu müdahalenin bazı örnekleridir. Daha yaygın bir örnek, tüm ülkelerde, vergilendirme yoluyla milli gelirin bir kısmının kullanım hakkının bireylerden kamu otoritesine aktarılmaktadır.

Öte yandan, planlı ekonomilerde temel tercihler planlama mekanizması tarafından belirlenmekle birlikte bu durum piyasanın hiç kullanılmadığı anlamına gelmemektedir. Genellikle fabrikalar kamuya aittir ve büyük çiftlikler kamulaştırılmıştır ama küçük ölçekli tarımda, perakende ticarette ve konutta özel mülkiyet söz konusudur. Bu anlamda, hiçbir gerçek ekonomi piyasanın hiç kullanılmadığı saf bir kumanda ekonomisi değildir.

Çoğu ülke iki uç arasında bir yerde bulunmakta ve uçlara yakınlığı zaman içerisinde değişmektedir. Örneğin, bazı Avrupa ülkeleri İkinci Dünya Savaşı sonrasında demiryolları, demir-çelik, kömür, gaz, elektrik enerjisi, nükleer enerji, posta hizmetleri, telefon ve telgraf, havayolları ve nakliye sektörünün bir bölümünü devletleştirdiler. Ama bu sektörlerden çoğu 1980 sonrasında yeniden özelleştirildi.

Günümüzde ülke ekonomilerinin büyük çoğunluğu, özel mülkiyeti esas alan ve piyasa mekanizmasına dayalı kapitalist piyasa ekonomileridir. Piyasa mekanizmasını farklı derecelerde kullanmalarına rağmen kaynak tahsisinin büyük bölümü piyasa mekanizması içinde gerçekleşmektedir.

 Bununla birlikte, planlamanın birçok aracı piyasa ekonomilerinde gerek kaynak tahsisine müdahale eden hükümetler ve gerekse büyük özel firmalar tarafından kullanılmaktadır. Hükümetler özel firma kararlarını vergilendirme ve kamu harcamaları ya da düzenlemeler yoluyla etkilemektedir. Ekonomik sistemde sosyal güvenlik ya da sosyal yardımlar aracılığı ile gelir, servet ve harcamaları vergilendirerek ve savunma ve adalet gibi bazı hizmetleri sağlayarak yaşamsal bir rol oynamaktadırlar. Ayrıca, hükümetler, ekonomik işleyişin kurumsal altyapısını oluşturmakta ve *oyunun kurallarını* koymaktadırlar. Yasalar ve ekonomik sistemin dayandığı kurallar bütünü hükümetler tarafından oluşturulmaktadır.

Öte yandan, birden çok ülkede faaliyet gösteren dev çok uluslu firmalar da büyük bir bürokrasiyi çalıştırmakta ve birçok planlama aracını kullanmaktadırlar.

Temel ekonomik sorunların başlıca çözüm yollarına ilişkin bu kısa tartışmadan sonra şimdi, hangi özellikleri taşıyan bir ekonomi iyi bir ekonomi sayılabilir konusuna geçebiliriz.

* 1. **İYİ BİR EKONOMİNİN BAŞLICA ÖZELLİKLERİ**

İktisat bilimi ekonominin nasıl işlediğiyle olduğu kadar nasıl *daha iyi* işleyebileceği ile de ilgilenmektedir. Bu ilgi, hangi özellikleri taşıyan bir ekonominin iyi bir ekonomi sayılması gerektiği sorununu gündeme getirmektedir. Burada da kaçınılmaz olarak, değerlendirmeyi yapanların değer yargıları ve çıkarları devreye girmektedir. Dolayısıyla, bir ekonomi herkes için aynı ölçüde “iyi” ya da “kötü” değildir.

Ortaya konulacak ekonomik hedefler ile bunlara ulaşmak için uygulanacak politikalara ilişkin öneriler farklı birey, topluluk ya da sınıfların öncelik ve çıkarlarını yansıtır. Bu nedenle, kaçınılmaz olarak öznellik ve çıkarlar devreye girse de aşağıdaki özellikleri taşıyan bir ekonominin iyi bir ekonomi sayılabileceği söylenebilir:

* 1. **Refah:** Bir ekonomi yurttaşlarının insanca ve refah içinde yaşamalarına yetecek kadar mal ve hizmet üretmelidir. Ancak, insanın refah düzeyi yalnızca tüketim miktarının artışına bağlı değildir. Kabul edilebilir bir refah düzeyi için özel tüketim, kamu hizmetleri ve boş zaman arasında iyi bir denge oluşturulabilmesini gerekir.
	2. **Güvenlik:** Toplumun bireyleri yaşam koşullarının istikrarlı olduğuna inanabilmelidirler. Kendilerine ve ailelerine bakabilme ve çocuklarına insanca yaşayabilecekleri olanaklar yaratma konusunda endişe duymamaları gerekir. Günümüzde milyarlarca insanın ekonomik güvencesizlik ve karmaşa ile yüz yüze olması onlar için başlı başına bir maliyet oluşturmaktadır. İnsanlar işlerini ve evlerini kaybetmeyecek olsalar bile vakit ve enerjilerinin çoğunu bunların olabileceği korkusuyla harcamaktadırlar. Bu nedenle, ekonomik güvenceye sahip olma ve geceleri hayatından endişe etmeden uyuyabilme başlı başına bir refah ögesidir.
	3. **Yenilik:** Ekonomik ilerleme, çalışma veriminin nasıl artırabileceği üzerinde sürekli olarak kafa yorulmasını gerektirmektedir. Yenilik, mevcut ürünleri daha verimlice üretmeyi ve yepyeni ürünler tasarlamayı kapsamaktadır. Bir ekonomi yenilikleri kolaylaştıracak ve destekleyecek şekilde organize edilmelidir; aksi takdirde, giderek yaratıcı enerjisini ve gelişme gücünü kaybedecektir.
	4. **Seçme özgürlüğü:** İnsanların çeşitli tercihleri, umutları ve hülyaları vardır. Ekonomik kararlarını, yaptıkları iş, yaşadıkları yer ve tüketmek istedikleri ürünler gibi tercihleriyle makul ölçüde uyumlu olabilecek şekilde verebilmelidirler.
	5. **Eşitlik:** Eşitsizlik, çok sayıda insanın çalışamadığı ve hayatın tadını çıkaramadığı ölçülere varmışsa, yalnızca bu insanlar için değil ama toplum için de zararlıdır. Bu nedenle, eşitlik ve refah amaçları birbirinden ayrılamaz. Öte yandan, eşitsizliğin varlığı başlı başına bir olumsuzluktur. En altta yaşayanlar dahi asgari insanca yaşama koşullarına sahip olsalar bile, servetin yukarıdaki bir azınlığın elinde toplanması yine de toplumsal uyuma, refaha ve demokrasiye zarar verecektir. Sıradan insanlar, kendi yaşantıları ile zengin ve ünlülerinkini karşılaştırdıklarında, arada kendi aleyhlerine bir fark görürlerse mutsuz olmaktadırlar. Böylesi bir durum, yoksulluğun sonuçlarından çok farklı olumsuzluklar yaratmaktadır. Bu nedenle, varsıl ve yoksul arasındaki farkın azaltılması önemli bir iktisadi hedeftir. Eşitlik olgusu, toplumun çalışamayacak üyeleri için de insanca yaşama koşullarının oluşturulmasını da içerir.
	6. **Sürdürülebilirlik:** İnsanın yaşamı doğal çevresine bağlıdır. Doğal çevre soluduğumuz hava ve içinde yaşadığımız ortam demektir. Ayrıca doğa, her türlü üretim için gerekli girdileri sağlayan biricik kaynaktır. Üretim, doğadan aldıklarımıza insan emeği ile değer eklemekten başka bir şey değildir. Doğanın korunması, başlı başına önemli olduğu gibi ekonomik açıdan da yaşamsaldır. Gelecekte mal ve hizmet üretiminin sürdürülebilmesi, ihtiyaç duyulan doğal kaynakları bitirmeden ya da kirletmeden sürdürülebilir bir biçimde kullanmanın yollarının bulunmasına bağlıdır.
	7. **Demokrasi ve hesap verebilirlik:** Ekonomik hayatta farklı insanlar farklı işlevler yerine getirmektedirler. Bazı insan ve örgütler büyük karar verme gücünü elinde bulundururken diğerlerinin gücü son derece sınırlıdır. Böylesi bir dünyada, karar verme gücünü elinde bulunduranların ekonomik kararlarının ve genel ekonomik gidişatın ortak toplumsal arzular ve tercihler doğrultusunda olması nasıl güvence altına alınabilir? Yine, insan ve kurumların işlerini kendilerinden beklendiği gibi yapıp-yapmadıkları nasıl denetlenebilir ve bu durum nasıl sağlanabilir? Bu soruların yanıtları, insanların gerçek ve gelişmiş bir ekonomik demokraside ve hesap verme zorunluluğu olan bir sistemde yaşayıp yaşamadıklarına bağlıdır.

**KONU 3**

**ÜRETİM, EKONOMİK BÜYÜME VE BÖLÜŞÜM**

Ekonomi esas olarak toplumun üretim ve bölüşüm sorunlarını konu edinir. İhtiyaç duyduğumuz ya da arzuladığımız hemen her şeyin üretimi insan emeğini gerektirir. Üretim sürecinde girdiler, kullanılmakta olan çıktılara (ürünlere) dönüştürülür. Bütün üretim süreçleri insan emeğinin, mal ve hizmetleri üretmek amacıyla doğal kaynaklara uygulanmasını içerir. Dolayısıyla da emek ve doğal kaynaklar ekonomide üretilen her şeyin nihai kaynaklarıdır.

Bir toplumda kişi başına ortalama tüketim, gelişmişlik ya da yaşam düzeyinin en önemli göstergelerinden bir tanesidir. Toplum uzun dönemde ürettiğinden fazlasını tüketemeyeceğinden toplumun üretim kapasitesi, ortalama yaşam düzeyinin başlıca belirleyicileri arasındadır.

 Bununla birlikte, tüm toplumlar üretim kısıtlarıyla karşı karşıyadırlar. Bu kısıtların niteliklerini ortaya koyabilmek ve zaman içinde nasıl değiştirilebileceklerini gösterebilmek için önce üretim girdilerini ya da *üretim faktörlerini* inceleyeceğiz.

* 1. **ÜRETİM GİRDİLERİ (FAKTÖRLERİ)**

Üretimin iki ana girdisi doğa ve emektir. Bu ikisine ek olarak sermaye ve girişimcilik de üretim faktörleri arasında sayılmaktadır. Ne var ki, sermaye insanın doğal kaynakları kullanarak üretmiş olduğu bir üretim faktörüdür.

***Doğa****:* Doğa kavramı burada, üretimde kullanılan her türden doğal kaynakları içerecek anlamda kullanılmaktadır: tarımsal ve kentsel topraklar, her türden yerüstü ve yeraltı kaynakları ve su kaynakları gibi.

***Emek (işgücü):*** Emek insan kaynağıdır; sermayeyi ve tüketilen ürünleri üretmek için doğayı kullanan insan çabasıdır. Emek; sahip olduğu, doğuştan gelen ya da sonradan eğitim yoluyla edinilen fiziksel ve düşünsel yetilerine göre niteliksiz, yarı nitelikli ve nitelikli diye sınıflandırılmaktadır.

***Sermaye****:* Sermaye kavramı ekonomide iki farklı anlamda kullanılmaktadır: *mali (finansal) sermaye ve fiziksel sermaye*. Finansal sermaye hükümet ve firmalar tarafından ihraç edilen, para dahil, menkul değerleri kapsar. Fiziksel sermaye kendileri de üretilmiş olan üretim araçlarıdır; makine ve teçhizatı, binaları, depoları, her türden altyapı tesislerini, okul ve hastane gibi kamusal hizmet tesislerini ve benzerlerini kapsar. Bir üretim faktörü olarak sermaye fiziksel sermayedir.

***Girişimcilik:*** Doğa, işgücü ve sermayeyi bir araya getirerek üretimi örgütleme işlevi olarak nitelendirilebilir. Ancak, girişimcilikte yaratıcılık ve risk alma nitelikleri ön plana çıkmaktadır. Bu anlamda girişimci, başkalarının üretmeyi göze alamadıkları ya da beceremedikleri malları üreten ya da onların da ürettikleri malları daha verimli yöntemlerle üretmeyi beceren insandır.

* 1. **ÜRETİM KAPASİTESİ**

Toplumun üretim kapasitesi, çalıştırılan işgücünün miktar ve ortalama verimliliği tarafından belirlenmektedir. İşgücü verimliliği üretimde kullanılan işgücünün miktarı ile elde edilen ürün miktarı arasındaki ilişkidir. Bir kişinin bir saatte ürettiği ürün miktarı ya da yarattığı değer ile ölçülmektedir.

 İşgücü verimliliğini belirleyen başlıca faktörler şunlardır: işgücünün niteliği, çalışan işçi başına düşen sermaye miktarı, kullanılan üretim teknolojisinin düzeyi ve toplumun sosyoekonomik durumu ile çalışanların yaşam koşulları. Toplumsal, siyasal ve yasal kurumlar ile gelenek ve alışkanlıklar işgücü verimini etkilemektedir. Yasalar ve gelenekler oyunun zorunlu kurallarını belirlemektedir. Üretim girdilerinin nasıl bir araya getirildikleri ve dolayısıyla toplumun karşı karşıya olduğu üretim kısıtları kısmen bunlar tarafından belirlenmektedir. Çalışanların sağlık, beslenme, çevre koşulları gibi yaşam ortamı da işgücü verimliliğini etkilemektedir. Gerçekte, işgücü verimliliği ile yaşam koşulları arasında karşılıklı bir etkileşim vardır; verimlilikteki artış yaşam koşullarını iyileştirirken, yaşam koşullarındaki iyileşme de verimlilik artışını destekleyebilir.

 Ekonomik kaynaklar, ihtiyaçlara göre sınırlıdır. Kaynakların ihtiyaçlara göre sınırlılığı *kıtlık* olarak adlandırılmaktadır. Kıtlık, kaynakların etkince kullanılması gereğini ortaya koymaktadır. Burada *etkinlik,* mevcut olan kaynaklarla mümkün olan en çok miktarda ürün üretmek anlamındadır. Başka bir şekilde söylenirse üretimde etkinlik, belli bir miktar ürünü mümkün olan en az miktarlarda girdi kullanarak üretebilmektir. Üretim teknolojisi ile bilgi ve deneyim birikimi, mümkün olanın sınırını çizen başlıca etkenlerdir.

Daha fazlasını üretmek önemli bir amaç olmakla birlikte, günümüzde, ne pahasına olursa olsun en fazlayı üretmek istenilen bir durum değildir. Bazı doğal kaynaklar kendi kendini yenileyememektedir. Örneğin, madensel kaynaklar bir kez kullanılabilmekte ve yenilenememektedir. Artan üretimle birlikte birçok kaynak bitmekte ya da tahrip olmaktadır. Öte yandan, sanayileşme ve kentleşme doğal çevrenin bozulmasına ve insan yaşamı bakımından geri dönülemez sonuçlar doğurabilecek küresel ısınmaya yol açmaktadır. Bu nedenle de üretimi, kısa vadede ne pahasına olursa olsun mümkün olan en üst düzeye çıkarmaya çalışmak gelecekteki üretimi ve dolayısıyla da gelecek kuşakların yaşam koşullarını riske atmak anlamına gelecektir.

Kaynakların sınırlı oluşu nedeniyle üretilebilecek malların sayısı ve miktarları sınırlıdır. İstediğimiz her şeyi yapamadığımız için ihtiyaçlarımızı önem sırasına göre sıralamak ve içlerinden seçim yapmak durumundayız. Çok sayıda seçenek arasında seçim yapmak onların bazılarını öne çekerken diğerlerinden vazgeçmek demektir. Her vazgeçmenin bir maliyeti, bir fiyatı vardır. Bu maliyet, *fırsat maliyeti* ya da *alternatif maliyet* olarak adlandırılmaktadır. Bir tercihin alternatif maliyeti, onu seçmiş olmakla vazgeçilen seçeneğin sağlayabileceği kazançtır.

* 1. **ÜRETİM GİRDİLERİ-ÜRETİLEN MİKTAR İLİŞKİSİ: ÜRETİM FONKSİYONU**

Üretim, ihtiyaçları doğrudan ya da dolaylı olarak karşılayacak mal ve hizmetleri meydana getirme çabalarının tümüne verilen addır. Örneğin, bir ekmeğin tüketiciye ulaştırılması için gerekli bütün işlemler; tarlanın sürülmesi, tohum ekilmesi, ilaçlama, hasat, buğdayın taşınması, öğütülerek una dönüştürülmesi, unun fırına taşınması, ekmeğin pişirilmesi ve tüketiciye ulaştırılması işlemleri üretim başlığı altında toplanır. Taşıma faaliyetinin yanı sıra buğday ya da unun depoda saklanması da bir üretim faaliyetidir.

 Üretim işini düzenleyen ve gerçekleştiren birime *üretici*ya da *firma* denir. Firma *girdileri (input)* bir araya getirerek *çıktı (output)* üretir. Örneğin bir çiftçi doğa, sermaye ve emek girdilerini bir araya getirerek buğday ürünü elde eder.

 Belli bir süre içinde üretilebilecek ürün miktarı kullanılan girdi miktarına, girdilerin niteliğine ve üretim teknolojisine bağlıdır. Kullanılan girdilerle üretim miktarı arasındaki ilişkiye *üretim fonksiyonu* denir. Üretim fonksiyonu belli bir zaman birimi içinde kullanılan üretim girdileriyle üretilebilecek *en yüksek* üretim miktarını gösterir. Yani, üretim fonksiyonu girdilerin *etkin* bir biçimde kullanıldığı durumdaki girdi-üretim miktarı ilişkisini vermektedir. Üretim girdileri ile üretim miktarı arasındaki ilişki kısa ve uzun dönemde bazı farklılıklar gösterir. Şimdi, kullanılan girdi-üretim miktarı ilişkisini kısa ve uzun dönemde ayrı ayrı ele alalım.

1. **Kısa Dönemde Üretim**

Üretimde kısa dönem**,** bazı girdilerin miktarının değiştirilmesi için yeterli ama bütün girdi miktarlarının değiştirilmesine yetmeyen, girdilerden en az birinin sabit kaldığı bir zaman parçası olarak tanımlanmaktadır. Kısa dönemde bazı girdilerin miktarı artırılamadığından, diğer girdilerin miktarı da ancak sınırlı ölçüde artırılabildiğinden ve girdiler arasındaki oran değiştiğinden üretimi artışı sınırlıdır.

Diğer üretim faktörleri sabit tutulurken faktörlerden birisinin miktarındaki bir birimlik değişmenin toplam ürün miktarında meydana getirdiği değişmeye değişken faktörün *marjinal verimi (marjinal ürünü)* adı verilir.

Diğer girdilerin miktarı sabitken bir girdinin miktarı eşit birimler halinde artırıldıkça toplam ürünün artması ama bir noktadan sonra marjinal ürünün azalması *azalan verim yasası* olarak adlandırılmaktadır. Girdi miktarı artırılmaya devam edilirse marjinal ürün negatif olur, yani toplam ürün azalır.

 Elde edilen toplam ürün üretimde kullanılan girdi miktarına bölündüğünde*ortalama ürün* bulunur.

1. **Uzun Dönemde Üretim ve Ölçeğe Göre Getiri**

Uzun dönem tüm üretim girdilerinin değiştirilebileceği bir dönemdir. Bu süre içinde firma mevcut tesislerini büyütebilir, yeni tesisler kurabilir ve teknolojisini yenileyebilir.

 Bütün girdilerin miktarının aynı oranda değişmesi üretim ölçeğinin değişmesi anlamına gelir.Bütün girdiler aynı oranda değiştiğinde ürün miktarında meydana gelen değişme ölçeğe göre getiri kavramı ile ifade edilmektedir. Girdilerin her birinin miktarını iki kat artırdığımızı düşünelim. Üretimin ölçeği değişmiştir. Elde edilecek ürün miktarının da değişmesi beklenir. Üründeki artış oranı girdilerdeki artış oranına eşitse *ölçeğe göre sabit getiri* söz konusudur. Girdi miktarları iki katına çıkmışsa ürün miktarı da iki katına çıkmış olacaktır. Eğer bütün girdiler belli bir oranda artırıldığı zaman ürün miktarı girdilerdeki artış oranından daha büyük bir oranda artıyorsa bu duruma *ölçeğe göre artan getiri,* ürün miktarı girdilerdeki artış oranından daha düşük bir oranda artıyorsa *ölçeğe göre azalan getiri*söz konusudur. Ölçeğe göre artan getiride girdiler iki kat artmışsa, ürün örneğin üç kat artar. Ölçeğe göre azalan getiride ise, girdiler iki kat artırılmışsa, ürün örneğin bir buçuk kat artar.

* 1. **ÜRETİMİN MALİYETİ**

Üretim kaynaklarının sınırlılığı nedeniyle mevcut kaynaklarla mümkün olan en yüksek miktarda ürün üretmek yani üretimde verimliliği en yüksek düzeye çıkarmak temel amaçtır. Üretimde kullanılan girdilerin parasal değeri ile elde edilen ürünün değeri arasındaki ilişkiyi maliyet ve gelir kavramları ile açıklayabiliriz. Bir piyasa ekonomisinde üretimi gerçekleştiren firmalar sahiplikleri ve amaçları bakımından özel firmalar ve kamu firmaları olarak sınıflandırılabilir. Kamuya ait firmaların temel amacı toplumsal yarar iken özel firmaların amacı kâr elde etmektir. Biz burada toplumsal üretimin çok büyük bir bölümünü gerçekleştiren kâr amaçlı özel firmalar üzerinde duracağız. Kâr, bir firmanın üretip piyasada sattığı ürünün satışından elde ettiği gelir ile bu miktar ürünün maliyeti arasındaki farktır. Firma, ürettiği ürünün maliyetini ne kadar düşürürse elde edeceği kâr da o ölçüde yükselecektir.

 Üretilen malın maliyeti, bu malı elde etmek için vazgeçmek zorunda kalınan şeylerin toplamıdır. Firmanın üretim için gerekli olan işgücüne ödediği ücret ile kullandığı hammaddeler karşılığında ödediği bedel maliyetin bir parçasıdır. Öte yandan, açıkça bu şekilde para ödemeyi gerektirmediği hâlde maliyet içine giren başka kalemler de vardır. Örneğin firma, sahibi olduğu üretim faktörlerini üretim sırasında kullanır ve bunun için kimseye ödeme yapması gerekmez. Eğer firma sahibi, kendi emeğini üretimde kullanmışsa bunun karşılığının maliyet içinde yer alması gerekir.

 Maliyet kavramları kısa ve uzun dönemde farklılaşır. Kısa dönemde bazı şeyler değiştirilemediğinden bu değiştirilemeyen şeylere bağlı olan maliyetler de değiştirilemez, sabittir. Uzun dönemde ise tüm maliyetler değişkendir. Biz yalnızca kısa dönem maliyet kavramları üzerinde duracağız.

***Sabit Maliyet:*** Sabit maliyet, üretim miktarı sıfır olsa bile firmanın kaçınamadığı maliyettir*.* Firma hiç üretim yapmadığı halde bir maliyete katlanmak zorunda kalır; çünkü kurulu bir tesisi vardır. Bu tesisin bakımı ve korunması gerekir. Firmanın kendi çalışanları ve diğer firmalarla imzalamış olduğu, halen yürürlükte olan sözleşmelerinden kaynaklanan maliyetleri de vardır. Bütün bunlar hiç üretim olmasa da bazı maliyetler doğurur ve bu maliyetler sabit maliyet adı altında toplanır. Sabit maliyet üretimden bağımsız olduğu için, üretimdeki değişmeden etkilenmez.

***Değişken Maliyet:*** Kısa dönemde üretim miktarına bağlı olarak değişen maliyetlere değişken maliyet denir. Üretim miktarı sıfır olduğunda değişken maliyetlerin toplamı sıfırdır. Firma üretime başlayabilmek için işgücü çalıştırmak ve hammadde almak zorundadır. Üretim miktarı arttıkça kullanılan işgücü ve hammadde miktarı da artar, değişken maliyetler yükselir.

***Toplam Maliyet:*** Belli bir miktar ürünün toplam maliyeti, sabit maliyetle değişken maliyetin toplamına eşittir. Toplam maliyet üretimin sıfır olduğu noktada sabit maliyete eşittir, çünkü değişken maliyet sıfırdır. Üretim arttıkça toplam maliyet içinde sabit maliyetin payı azalırken değişken maliyetin payı artar.

***Ortalama Maliyet:*** Ortalama maliyet, toplam maliyet ürün miktarına bölünerek bulunur.

***Marjinal Maliyet:*** Marjinal maliyet, üretim miktarı bir birim değiştirildiğinde toplam maliyette meydana gelen değişmedir.

***En Düşük Maliyetle Üretim:*** Firmanın amacı kârını mümkün olan en yüksek düzeye çıkarmaktır. Kâr, belli bir miktar ürünün satış geliri ile bu ürünün maliyeti arasındaki farktır. Firma birden fazla girdi kullanarak belli bir ürün elde ederken, girdilerin bileşimini üretimin maliyetini mümkün olan en düşük düzeyde tutacak şekilde ayarlamalıdır.

* 1. **SATIŞ GELİRİ**

Belli bir miktar ürünün satışından elde edilen para toplamına *toplam gelir* ya da *toplam satış geliri* denir*.*  Toplam gelir satılan malın miktarı ile fiyatın çarpımına eşittir (TG = FxM).

 *Ortalama gelir****,***toplam gelirin satılan mal miktarına bölünmesi ile bulunur (OG= TG/M.) Ortalama gelir ürünün bir biriminin firmaya sağladığı para miktarıdır.

 *Marjinal Gelir,* ürünün satılan miktarı bir birim artırıldığında toplam gelirde meydana gelen değişmedir*.* Malın satış fiyatı sabitse marjinal gelir ve ortalama gelir fiyata eşittir.

* 1. **EKONOMİK BÜYÜME**

Toplumların yaşam düzeyini yükseltmenin esas yolu onların üretim kapasitelerini artırmak olduğundan, ekonomi politikalarının birincil amacı da bu kapasiteyi artırmaya çalışmaktır.

Ekonomik büyüme, bir ülkenin toplam üretimini artırmaktır. Toplam üretimdeki artış toplam çalışan sayısı artırılarak, ortalama emek verimliliği yükseltilerek ya da her ikisi birden gerçekleştirilerek sağlanabilir. Bir ekonomideki toplam işgücü miktarı o ülke nüfusunun bir fonksiyonudur; nüfus arttıkça toplam işgücü arzı da artacaktır. Günümüzde, ülkelerin çoğunun işgücü sağlama sorunu yoktur. İşgücüne ilişkin ana sorun işgücünün verimliliğini artırmaktır. İşgücünün verimliliği arttığında, işgücü miktarı artmasa bile üretilen toplam ürün miktarı artacaktır.

Önceki bölümde işgücünün verimliliğini etkileyen etkenleri saymıştık. Buna göre, verimlilik artışı işçi başına sermayeyi artırarak, işgücünün niteliğini iyileştirerek ve toplumun sosyoekonomik yapısı ile çalışanlarım yaşam koşullarını düzelterek sağlanabilir.

Bir ülkede herhangi bir andaki toplam sermaye miktarı toplam sermaye stoku olarak adlandırılmaktadır. Sermaye stoku yatırım ile artırılmaktadır. Sermaye stoku işçi sayısındaki artıştan daha yüksek bir oranında artırılırsa işçi başına düşen sermaye miktarı da artmış olur.

İşgücünün niteliğinin iyileştirilebilmesi ortalama örgün eğitim süre ve kalitesinin artırılması ya da çalışarak öğrenme süreçlerinin daha etkince kullanılması ile olur. Eğitimin süre ve kalitesiyle işgücü verimliliği arasında pozitif bir ilişki vardır. Toplumsal ve siyasal yapıdaki değişiklikler de üretkenlikte önemli değişikliklere yol açabilir.

Günümüz toplumlarının üretim kapasitesinin artırılmasında yatırımlar önemli olmakla birlikte teknolojik gelişme daha da önemlidir. Teknoloji, basitçe, bir ürünü üretme biçimi olarak tanımlanabilir. Teknolojik gelişme, verimliliği artırır; daha etkin üretim yöntemlerinin bulunmasını sağlayarak bir birim üretim yapmak için gerekli olan girdi miktarlarını azaltır.

Teknolojik gelişmenin sonucunda işgücü verimliliği sermaye stokundan daha hızlı yükselir. Gerçekte çoğu kez, teknolojik gelişme sermaye stokundaki artışa eşlik eder. Mevcut sermaye stoku farklı teknoloji düzeylerini içerir. Bir ülkede, farklı yaşlarda ve farklı teknolojiler içeren çok sayıda makine kullanılır. Yatırımla üretim sürecine sokulan yeni makineler, genellikle, kurulu makinelere göre daha ileri teknolojiler içerdiklerinden, yatırım hızı ne kadar yüksekse sermaye stokunun ortalama teknolojik düzeyi de o ölçüde hızlı yükselecektir.

Bu kadar büyük önem taşıyan teknolojik gelişmenin nasıl sağlanabileceğine de kısaca değinelim. Teknolojik gelişme formel araştırma ve geliştirme (ARGE) çalışmalarıyla ya da deneme yanılma sonucu sağlanabilir. Tarihsel olarak bakıldığında teknolojik gelişmelerin, 19.yüzyıl ortalarına kadar daha çok bireysel deneme-yanılma ile sağlandığı ama izleyen dönemlerde, sanayileşme süreci derinleştikçe ve üretim süreçleri daha karmaşık hâle geldikçe büyük özel firmalar, üniversiteler ve araştırma merkezleri gibi kuruluşların yürüttüğü pahalı ve planlı ARGE faaliyetlerinin sonucunda ortaya çıktığını görülmektedir.

* 1. **YATIRIM**
1. **Yatırımın Önemi**

Yatırım; üretim, gelir ve tüketim döngüsünün en önemli adımıdır. Burada yatırım binalara, makine ve teçhizata ya da diğer üretim araçlarına yapılan reel harcamadır.

Yatırım çeşitli biçimlerde gerçekleşebilir. Yatırımın çok büyük bölümü *sabit yatırımdır*. Sabit yatırımın iki önemli türü yapılar ile makine ve teçhizata yapılan yatırımdır. Yapılara yapılan yatırımlara örnek bina, fabrika, büro ve boru hatlarına yapılan yatırımlardır. Makine teçhizata yapılan yatırımlara örnek her türden makine ve aletlere, bilgisayarlara, yazılıma, iletişim teçhizatına ve taşımacılık teçhizatına yapılan yatırımlardır.

Yatırım özel firmalar, hükümet ve hane halkı tarafından gerçekleştirilir. Bunların içerisinde en büyük tutarlısı özel firmaların sabit yatırımlardır. Özel sabit yatırımlar, aynı zamanda, ekonominin genişleme ve daralmasına yol açan en önemli yatırım türüdür. Kâr amaçlı özel bir firmanın başlangıçtaki yatırım kararı, faaliyetlerinin başlangıç adımıdır. Hükümetler çoğunlukla kamusal altyapıya ile kamu girişimleri tarafından kullanılan tesis ve okul gibi sermaye varlıklarına yatırım yapar. Yatırımların bir bölümünü de hana halkının kendi konutlarına yaptıkları yatırımlar oluşturur.

Özet firma yatırımlarının iki yönü vardır; firmalar bir yandan yatırımlarını artırmak isterken, öte yandan yatırım konusunda çok temkinli davranırlar. Özel firmanın yatırım yapmasının iki ana nedeni kârını artırma isteği ve rekabet tehdididir. Firmalar, çok arzuladıkları kâr artışını faaliyetlerini genişleterek gerçekleştirebilirler. Rekabet tehdidi de firmaları rekabet güçlerini koruyabilmek için yeni ürünlere ya da yeni teçhizata yatırım yapmaya iter. Özel firmaları yeni yatırım konusunda temkinli olmaya zorlayan şey ise kâr elde edememe ve hatta başlangıç sermayesini tümüyle kaybetme riskidir. Bu nedenle, özel firmaların yatırım yapmaya istekli olmalarının garantisi yoktur.

Bununla birlikte yatırım, ekonominin geneli için, olumlu ve çok önemli bir ekonomik faaliyettir. Güçlü bir yatırım eğiliminin geniş ekonomik getirileri arasında büyüme, istihdam yaratma, dönüşüm, verimlilik artışı ve rekabet gücü kazanmayı sayabiliriz. Şimdi kısaca yatırımın bu getirileri üzerinde duralım.

**• Büyüme:** Yatırım harcamaları ekonomik büyümenin en önemli kaynağıdır. Yatırım eğilimi güçlü olduğunda ekonomiler daha hızlı büyür ve gelirler artar.

**• İstihdam yaratma:** Ücretli işlerin çoğunu yaratan özel yatırımlardır. Hükümetler de iş yaratmakla birlikte, güçlü bir istihdam yapısı için özel yatırım temposu çok önemlidir. Bununla birlikte, yatırım-istihdam ilişkisi basit ve her zaman pozitif bir ilişki değildir. Çünkü, bazı durumlarda yeni makineler işgücünün bir kısmını işinden ederek yatırım yapılan firmadaki çalışan sayısını azaltabilir. Yine de ekonomideki genel büyüme ve istihdam düzeyi ile toplam özel yatırım arasında pozitif bir ilişki vardır; yatırım arttıkça büyüme hızlanır ve istihdam artar.

• **Dönüşüm:** Ekonomiler zaman içinde yalnızca büyümezler, aynı zamanda yeni teknolojilere, yeni tüketici tercihlerine ve yeni toplumsal ve çevresel gelişmelere ayak uydurarak evrim geçirirler. Ne var ki, yapısal ve teknolojik gelişmeler sorunsuz olmaz. Yeni teknolojiler, yeni ürünler ve yeni çalışma biçimleri hemen her zaman yatırımlar, yani yeni sermaye malları ile birlikte gelir. Dolayısıyla, ekonominin bu yapısal değişimlere ayak uydurabilmesi için yatırımlar gereklidir.

• **Verimlilik artışı ve rekabet gücü kazanma:** Yatırım ve sermaye stoku ve yine işgücü verimliliği ile işçi başına sermaye stoku arasındaki ilişkiyi daha önce açıkladık. Çalışan başına sermaye stoku arttıkça işgücü verimliliği de yükselmektedir. Öte yandan, verimlilik ile ortalama üretim maliyeti arasında negatif bir ilişki vardır; verimlik arttıkça ortalama üretim maliyeti düşer. İşverenler, yeni yatırımlar yoluyla verimliliği artırıp ortalama üretim maliyetini düşürebilirler. Daha önce de vurgulandığı gibi, yeni makine ve teçhizat yatırımları verimlilik artışı için özellikle önemlidir.

1. **Yatırım Miktarını Ne Belirler?**

Özel yatırım kararının özünde firmanın yatırmış olduğu paranın geri kazanılması ve yeterli oranda kâr beklentisi yatar. Dolayısıyla yatırım geleceğe dönük bir karardır ve bu, firmanın yatırım kararının anlaşılabilmesi için çok önemli bir husustur. Firmalar, bir yatımın gelecekte kârlı olup olmayacağı hususunda yargıya varmadan öncelikle mevcut iş koşullarını gözden geçirirler. Ancak bu yargıyı mutlaka iş ortamının gelecekte nasıl değişebileceği konusundaki bilgilerle desteklerler. Yatırımların çoğundan geri dönüş yoktur: bir kez sabit sermaye yatırımı yapıldığında, yatırılan fonu geri alıp başka amaçlarla kullanmak olanaksızdır. En iyi olasılıkla, satın alınmış ya da inşa edilmiş olan bina ile teçhizat maliyetinin çok altında satılabilir. Yatırımın uzun dönemli ve geriye dönüşü olamayan yükümlülükler doğurması firmaları doğal olarak temkinli olmaya zorladığından, özel yatırımları önceden tahmin etmek güçtür.

Tablo 3.1’de yeni bir yatırımın beklenen kârlılığını ve dolayısıyla yatırım harcamalarını etkileyen faktörler sayılmaktadır. Cari kârlılık, beklenen kârların bir belirtisi olarak alınabilir. Cari kâr, aynı zamanda yeni yatırım için fon sağlar. Firmanın mevcut tesislerinin tam olarak kullanılıp kullanılmadığı, yani kapasite kullanım oranı da yatırımı etkileyen önemli bir faktördür. Eğer mevcut kapasitenin bir kısmı kullanılmıyorsa, cari kâr yüksek olsa bile, firma yeni tesisler için yatırım yapmaz.

**Tablo 3.1. Yatırım Miktarını Belirleyen Etkenler**

|  |  |
| --- | --- |
| **Cari kârlar** | Gelecek kârlılığı etkiler; yeni yatırımları finanse etmek için fon sağlar. |
| **Kapasite kullanımı** | Kapasite kullanım oranı yüksek ise firmaların yatırım yapma olasılıkları yüksektir ama atıl kapasite varsa yatırım olasılığı azalır. |
| **Cari ve beklenen büyüme** | Firmaların ürettikleri ürünü satabileceklerine inanmaları gerekir. |
| **Faiz oranları** | Düşük faiz oranları (ve diğer finansal maliyetler) ödünç almanın maliyetini azaltır, arıca finansal yatırımların çekiciliğini düşürür. |
| **Siyasal, yasal ortam** | Yatırımcılar, varlıklarının güvencede olacağından ve politikaların sermaye dostu olarak kalacağından emin olmak isterler. |

Yeni yatırımların büyüme sağladığı biliniyor. Ancak, büyüme de yatırıma yol açar. Eğer ekonomi yüksek bir hızda büyüyorsa, firmalar muhtemelen yatırımlarını artıracaklardır; çünkü, böyle bir durumda atıl kapasitenin olma olasılığı düşüktür ve firmalar yeni yatırımla ortaya çıkacak ek üretimi de satabileceklerine daha çok güvenirler. Yatırım ve büyüme birbirlerini desteklerler: daha çok yatırım daha hızlı büyümeye yol açarken hızlanan büyüme de yatırımları artırır. Yatırım ile büyüme arasındaki bu ilişki nedeniyle, yatırımcıların toplu davranışları gerçekte kendi kendini doğrular. Yatırımcılar gelecek hakkında iyimser olduklarında yatırımlarını artırırlar. Yatırım artışı büyümeyi, güçlü talep koşullarını ve sağlıklı kârları tetikleyerek başlangıçtaki iyimserliği doğrulamış olur. Tersine, yatırımcılar kötümser ise, harcamalarını kısarlar; büyüme, satışlar ve kârlılık bu durumdan olumsuz etkilenir.

Ama öte yandan, güçlü yatırım artışı bazen, aşırı rekabet ya da ürün bolluğuna yol açarak gelecekteki kârlılığı olumsuz etkileyebilir. Gerçekten yatırım, büyüme ve kârlılık arasındaki ilişki karmaşıktır ve belirsizliklerle doludur. Bu yüzden, yeni ve pahalı bir yatırıma kalkışmadan önce firmalar aşırı temkinli davranırlar.

Faiz oranları da yatırım harcamalarını etkiler. Firmalar, yatırım harcamalarını karşılamak üzere sıklıkla ödünç fonlar alırlar. Faiz oranı, borçlanmanın maliyetini belirler ve dolayısıyla da yatırımın kârlılığını etkiler. Öte yandan faiz oranları, yatırımcının fiziksel yatırım yapmak yerine parasını başkalarına ödünç olarak vermesi yani finansal yatırım yapması halinde ne kadar kazanabileceğini de belirler. Eğer yatırımcılar finansal yatırım yaparak daha yüksek kâr sağlayabiliyorlarsa, fiziksel yatırım yaparak yeni risklere ve sorunlara katlanma konusunda daha az istekli olacaklardır. Finansal getirilerin düşük olması hâlinde ise, yatırımcılar paralarını fiziksel yatırımlara yöneltmeye daha fazla istek duyacaklardır.

Toplumlar yatırım için gerekli fonları tasarruf yoluyla sağlarlar. Ulusal tasarruflar, bir yılda elde edilen toplam gelirin (milli gelirin) o yıl içinde tüketilmeyip yatırımda kullanılan miktarıdır. Artan tasarruf oranıyla birlikte fon arzı yükselecek ve faiz oranı düşecektir. Faiz oranı ile yatırım arasındaki negatif ilişki nedeniyle, ulusal tasarruflardaki artış sonuçta, yatırımları olumlu etkileyecektir.

Son olarak, özel yatırımcı yeni bir yatırıma girişmeden önce ülkedeki siyasal, iktisadî yasal ortamı da dikkate alacaktır. Yatırımcılar kârlarını azaltabilecek yeni düzenlemeler, vergiler ya da politika değişikliklerinden endişe ederler. Yine, işgücü ödemelerini mümkün olan en düşük düzeyde tutarken ücretli işçilerin arzuladıkları gayreti göstereceklerinden endişe duyarlar. Daha da önemlisi, bazen, kendilerine büyük bir ekonomik güç ve refah sağlayana bütün sistemin istikrarı konusunda endişeye kapılabilirler.

* 1. **GELİR VE SERVET BÖLÜŞÜMÜ**

Ekonomi bilimi esas olarak üretim ve bölüşümü konu alır. Gerçekte, üretim ve bölüşüm birbirine sıkıca bağlıdır. Çünkü neyin, ne kadar ve nasıl üretildiği, ürünün kime gittiği ve nasıl kullanıldığına bağlıdır. Bölüşümün iki önemi görünümü gelir ve servet bölüşümüdür. Gelir bölüşümünde bir ülkede bir yılda üretilen ulusal gelirin paylaşımı söz konusu iken, servet bölüşümünde o ülkede o güne kadar birikmiş olan toplam servetin bölüşümü söz konusudur. Gelir ve servetin bölüşümü karşılıklı etkileşim içindedir. Bir yandan, yüksek gelirli aileler daha yüksek oranda ve miktarda tasarruf ederek servetlerini artırırken, yoksul ailelerin gelirleri günlük tüketimleri için bile yeterli olmamaktadır. Dolayısıyla yüksek gelir, servetten alınan payı artırmaktadır. Öte yandan, servetten daha yüksek pay alan zenginlerin gelirlerini artırma olanakları yoksullara göre çok daha yüksektir. Servet ister para ister toprak ve isterse diğer üretim araçları biçiminde olsun sermaye geliri yani faiz, kira ve kâr getirmektedir. Ayrıca, zengin aile çocukları yoksullara göre çok daha iyi eğitim almakta, daha sağlıklı koşullarda yaşamakta ve sonuç olarak daha yüksek gelir elde etme potansiyeline sahip olmaktadırlar. Servet bölüşümü aslında, gelir bölüşümünün uzun dönemdeki birikimli sonucu olduğundan dünyada ve ülkelerde servet bölüşümü gelir bölüşümünden çok daha eşitsizdir. Burada, kısaca gelir bölüşümü üzerinde duracağız.

Bir ülkede, toplam gelirin nasıl bölüşüldüğü genellikle iki yöntemle ölçülmektedir: *işlevsel gelir bölüşümü* ve *kişisel gelir bölüşümü*. İşlevsel bölüşüm, gelirin başlıca üretim faktörü sahipleri arasındaki ücret, faiz, rant ve kâr olarak nasıl bölüşüldüğünü gösterirken kişisel bölüşüm, gelirin bireyler arasındaki bölüşümü göstermektedir. Farklı faktör gelirleri toplumun farklı sınıfları tarafından elde edildiğinden, bu iki farklı ölçümün bulguları önemli ölçüde örtüşmektedir. Çünkü, genel olarak, işgücünü satarak çalışanların gelirleri ücretlerden, mülk sahiplerinin gelirleri ise kâr, rant ve faizden oluşmaktadır.

Ne var ki, işçiler arasında bile önemli gelir farkları vardır. Değişik işkollarında, ortalama beceri düzeyi ve kullanılan teknolojideki farklılıklar işgücü verimliliğini ve işçilerin pazarlık güçlerini de etkilediğinden, önemli ücret farklılıkları ortaya çıkmaktadır. Özel becerileri olan ve yerlerine başkalarını bulmanın kolay olmadığı çalışanların işverenler karşısındaki pazarlık güçleri yüksektir ve göreceli olarak yüksek ücret elde ederler.

1. **İşlevsel Gelir Dağılımı**

İşlevsel gelir dağılımında *emek gelirleri* ile *sermaye (mülk) gelirleri* karşılaştırılır. Emeğin geliri ücrettir. Sermaye geliri ise kâr, rant ve faizin toplamıdır. Bir ülkede gelirin işlevsel dağılımı, faktör sahipleri arasındaki ekonomik, siyasal ve toplumsal güç dengesine bağlıdır. İşverenler, çalışanlarını elde tutabilmek, disipline edebilmek ve gerekli gayreti göstermelerini sağlayabilmek için onlara ücret ve maaş öderler. Ne kadar ücret ödeyecekleri sendikal örgütlülük düzeyi, asgari ücret uygulaması ve çalışma hayatına ilişkin diğer düzenlemeler gibi genel toplumsal ve kurumsal faktörler ile işsizlik oranı ve hükümetin sosyal politikalarına bağlıdır. Toplam gelirin, ücret ödemeleri ve diğer girdiler için yapılan ödemeler düşüldükten sonra geriye kalan kısmı sermaye gelirlerini oluşturur. Bir ülkede işgücünün toplam gelirden aldığı pay arttıkça gelir dağılımındaki eşitsizlik o ölçüde azalır.

1. **Kişisel Gelir Dağılımı**

Kişisel gelir dağılımı, gelirin farklı kişiler ya da aileler arasında nasıl dağıldığını ölçer. Çoğu kişiler birden fazla kaynaktan gelir sağlarlar; kendi emek gelirleri, işsizlik ödemeleri, emekli aylıkları ya da çocuk yardımları gibi devlet ödemeleri ve sermaye gelirleri gibi.

Kişisel gelir dağılımında eşitlik ya da eşitsizliğin derecesi, farklı gelir düzeyindeki ailelerin toplam ailelere oranı ile gelirden aydıkları pay karşılaştırılarak hesaplanır. Hesaplama genelde, her biri ailelerin yüzde 20’sini oluşturan beş ayrı grup için yapılır. Türkiye’de gelir dağılımını Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), her yıl tekrarlanan Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırmasına dayalı olarak hesaplamaktır.

**Tablo 3.2: Seçilmiş Ülkeler için Gini Katsayıları (Dünya Bankası)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ülke** | **Gini K.** | **Ülke** | **Gini K.** |
| Çek Cumhuriyeti, 2018 | 25.0 | İtalya, 2017 | 35.9 |
| Ukrayna, 2019 | 26.6 | Rusya Fed., 2018 | 37.5 |
| Finlandiya, 2018 | 27.3 | Endonezya, 2019 | 38.2 |
| Norveç, 2018 | 27.6 | Çin, 2016 | 38.5 |
| Irak, 2012 | 29.5 | Malezya, 2015 | 41.1 |
| Macaristan, 2018 | 29.6 | Bulgaristan, 2018 | 41.3 |
| Kore Cumhuriyeti, 2016 | 31.4 | ABD, 2018 | 41.4 |
| Mısır, 2017 | 31.5 | **Türkiye, 2019** | **41.9** |
| Pakistan, 2018 | 31.6 | İran, 2018 | 42.0 |
| Almanya, 2016 | 31,9 | Arjantin, 2019 | 42.9 |
| Fransa, 2018 | 32.4 | Şili, 2017 | 44.4 |
| Tunus, 2015 | 32.8 | Meksika, 2018 | 45.4 |
| Japonya, 2013 | 32.9 | Zimbabve, 2019 | 50.3 |
| Yunanistan, 2018 | 32.9 | Brezilya, 2019 | 53.4 |
| Birleşik Krallık 2017 | 35.1 | Zambiya, 2015 | 57.1 |
| Vietnam, 2018 | 35.7 | Güney Afrika, 2014 | 63.0 |

2021 yılı araştırmasının sonuçlarına göre, 2020 yılında ailelerin en zengin yüzde 20’lik dilimi harcanabilir gelirin yüzde 46,7’sini elde ederken, en yoksul yüzde 20’lik dilimin payı yüzde 6,1 olmuştur. En zengin dilimin gelirinin en yoksul dilimin gelirinin kaç katı olduğu kullanılan eşitsizlik ölçülerinden bir tanesidir ve 2020 yılı için en zenginlerin ortalama geliri en yoksulların 7,65 katıdır. Kişisel gelir dağılımı, sıfır ile bir arasında değer alan Gini katsayısıyla da ölçülmektedir. Eşitsizlik, Gini katsayısı sıfıra yaklaştıkça düşmekte, bire yaklaştıkça artmaktadır. Türkiye için hesaplanan 2020 yılı Gini katsayısı 0,401’dir.

Gini katsayısın 0,300 dolayında ya da daha düşük olduğu ülkelerde eşitsizliğin göreceli olarak düşük olduğu söylenebilir. Gini katsayısın 0,500 ya da daha yukarı olduğu ülkelerde ise aşırı eşitsizlik söz konusudur. Seçilmiş bazı ülkeler için Dünya Bankası tarafından verilen Gini katsayıları (bakınız, Tablo 4.2), Türkiye’deki göreceli gelir eşitsizliğini değerlendirmemize yardımcı olabilir.

1. **Gelir Bölüşümünü Etkileyen Faktörler**

Gelir bölüşümünü etkileyen başlıca faktörler şunlardır: Özel mülkiyet ve miras hakkı; sendikal örgütlenme düzeyi, asgari ücret, işsizlik oranı ve devletin sosyal politikaları gibi toplumsal ve kurumsal faktörler; kişisel beceriler, eğitim ve öğretim düzeyi ve çalışkanlık gibi kişisel farklılıklar. Devletin vergi ve harcama politikaları, sosyal programları ve gelirler politikasının gelir dağılımı üzerinde önemli sonuçları vardır. Eğer vergiler genellikle *artan oranlı* ise, yani gelir arttıkça vergilendirme oranı da artıyorsa, yüksek gelirliler üzerindeki vergi yükü artacak ve vergi politikaları gelir eşitsizliğini azaltıcı etki yapacaktır. Tersine, eğer vergiler *azalan oranlı* ise, yani yüksek gelirliler gelirlerinin daha düşük bir yüzdesini vergi olarak ödüyorlarsa, vergi politikası gelir eşitsizliğini artıracaktır. Devlet harcamalarındaki öncelikler, gelir dağılımı üzerindeki etkileri bakımından yansız değildir. Bazı devlet harcamaları, gelir bölüşümünü düşük gelirliler lehinde değiştirirken diğer bazıları zenginler lehinde sonuçlar yaratır. Ücretsiz eğitim ve sağlık hizmetleri sosyal ödemeler gelir bölüşümünü iyileştirici harcamalar, şirketlere verilen devlet destekleri ise gelir dağılımını bozucu harcamalara örnek sayılabilir.

**KONU 4**

**PİYASA MEKANİZMASI**

Kaynakların ihtiyaçlara oranla kıt olmasından doğan ve her ekonomi için geçerli olan ne, ne kadar, nasıl ve kimin için üretilecek sorunlarının günümüzde en yaygın olarak kullanılanın çözüm yolunun piyasa mekanizması olduğunu daha önce belirtmiştik. Şimdi, piyasanın bu sorunlara nasıl çözüm bulduğu üzerinde duracağız. Bu kapsamda piyasanın ne olduğunu ve piyasadaki başlıca karar vericilerin kimler olduğunu ele alacağız. Önce, piyasayı tanımlayacağız ve piyasa mekanizmasının işleyişini özetleyeceğiz. Bunu yaparken, çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu, alıcı ve satıcıların tek başlarına piyasa fiyatını etkileme güçlerinin olmadığı bir tam rekabet piyasası varsayacağız. Sonra, piyasada fiyatların nasıl oluştuğunu ve değiştiğini ve piyasa mekanizmasının temel ekonomik sorunlara nasıl çözüm getirdiğini açıklayacağız.

* 1. **PİYASA NEDİR?**

Piyasa iki türlü tanımlanabilir. Piyasa, alıcı ve satıcıları bir araya getiren ve mal ve hizmet alış-verişinin gerçekleştiği bir ortamdır. Piyasa aynı zamanda, çok sayıda mal ve hizmetin sürekli olarak el değiştirmesini sağlayan bir kurallar bütünüdür. Piyasanın temel amacı mal değişimidir. Mal değişiminde alıcı ve satıcılar olarak iki taraf vardır.

 Piyasada mal değişiminin olabilmesi için alıcı ve satıcıların iletişim içinde olmaları gerekir. Piyasa ürünler, fiyatlar, miktarlar ile alıcı ve satıcılar hakkında bilgi sağlar. Piyasanın işleyişi bir bilgi ve iletişimin sistemi ile oyunun kurallarının bilinmesini gerektirir. Alıcı ve satıcılar çeşitli biçimlerde ya da ortamlarda bir araya gelerek alım-satım işlemini gerçekleştirirler. Günümüz dünyasında, mal değişiminin olabilmesi için alıcı ve satıcıların yüz yüze gelmeleri gerekmez; herhangi bir iletişim aracını kullanarak pazarlık edebilmeleri yeterlidir. Alıcı ve satıcıyı bir araya getiren geleneksel pazarlar varlığını korusa da pek çok ürün için böyle bir zorunluluk yoktur. Ancak, değişimin fiilen gerçekleşmesi için taşımacılık ve ödeme sistemlerinin de olması gerekir. Ayrıca, piyasalar basit bir insanlar yığını değil bir kurum, üretici ve tüketiciler arasında bir ilişkiler bütünüdür. Piyasa özel firmalar, tüketiciler ve kamu kuruluşları arasındaki ilişkilerin gerçekleştiği bir ortam sağlar.

* 1. **PİYASA MEKANİZMASI NASIL ÇALIŞIR?**

Günümüz ülke ekonomilerinin tamamına yakını piyasa ekonomisi olarak nitelendirilmektedir. Bir piyasa ekonomisinde her malın bir piyasası vardır. Piyasada üç farklı karar verici vardır: alıcılar, satıcılar ve piyasayı düzenleyen devlet.

Piyasada, fiyatların kılavuz işlevi görmesi beklenir: fiyat hareketleri izlenerek, kaynakların farklı seçenekler arasında en uygun olanda kullanılması umulur. Üreticiler, kârlarını en üst düzeye çıkarmak için neyi ve hangi girdilerden ne kadar kullanarak üreteceklerine fiyat hareketlerini izleyerek kara verirler. Fiyatlar tüketicilere de çok önemli bilgiler verir; onları yönlendirir ve kısıtlarlar. Kısacası, piyasa fiyatları üretim gidilerini ve üretilen ürünleri farklı seçeneklere tahsis ve koordine eder; bunları rekabet içindeki alıcılar arasında dağıtır. Piyasa, kişi ve örgütlerin faaliyetlerini koordine eder ve ödüllendirir.

Bir ekonomide kaynak tahsisi, üretici ve tüketiciler tarafından birbirinden bağımsız olarak verilen milyonlarca kararın sonucu olarak gerçekleşir. Alıcılar hangi mal ve hizmetten ne kadar alacaklarına; satıcılar ise hangi mal ve hizmetten ne kadar üreteceklerine karar verirler. Devlet, tüm kamu kurum ve kuruluşları ile kamuya ait olan ya da doğrudan kamu tarafından kontrol edilen öbür kuruluşları kapsar. Devlet, bütün karar vericiler için bağlayıcı nitelikte kurallar koyar ve kuralların uygulamasını denetler.

 Piyasa ekonomilerinde çoğu mallar, genellikle çok sayıda bağımsız üretici tarafından, insanların satın almak istediklerine yakın miktarlarda üretilir. Zaman zaman mal fazlalığı ya da yetersizliği doğsa bile, piyasa mekanizması bunları ortadan kaldırma eğilimindedir.

 Şimdi, piyasa mekanizmasının işleyişini basit ve ideal bir piyasa modelinde inceleyeceğiz. Farklı piyasa türlerine ilişkin tartışmamızı ise gelecek dersimize bırakacağız.

* 1. **FİYAT TEORİSİ**

Bu bölümde alıcı ve satıcıların davranışlarını, piyasadaki değişikliklere nasıl tepki verdiklerini anlamaya çalışıyoruz. Bu amaçla, piyasa fiyatı ile alınıp-satılan miktarların nasıl değiştiğini açıklayabilecek ve dolayısıyla bunlara ilişkin tahminde bulunmamızı sağlayacak bir model kullanıyoruz. Modelde önce, piyasanın iki yanında yer alan alıcı ve satıcıların kararlarını yani talep ve arzı ayrı ayrı inceliyoruz; sonra da talep ve arz arasındaki etkileşimin piyasada dengeyi nasıl sağladığını ele alıyoruz.

* + 1. **TALEP TEORİSİ**

Genel anlamda talep, insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mallara karşı duydukları satın alma arzusudur. Ancak, iktisadi anlamda talebin oluşabilmesi için arzu yeterli değildir; ayrıca, alım gücünün de olması gerekir. Aksi hâlde, arzulanan mal fiilen talep edilemez. Dolayısıyla, burada talep kavramıyla ifade ettiğimiz şey *efektif* ya da *etkin taleptir*. Efektif talep *ödeme gücüyle* desteklenen satın alma arzusudur. Yani, efektif talebin gerçekleşmesinin iki temel koşulu vardır: satın alma arzusu ya da niyeti ve alım gücü.

Tipik bir satın alma birimi olarak bir aileyi düşünelim. Bu ailenin belli ihtiyaçları ve geliri vardır. İhtiyaçların karşılanması için bazı malların satın alınması gerekir. Ancak ailenin geliri sınırlıdır ve belli bir sürede ihtiyaç duyulan tüm mallardan istenildiği kadar satın alınmasına yetmez. Bu durumda ailenin karşısına önemli bir sorun çıkmaktadır; aile hangi mallardan ve ne kadar almalıdır? Piyasada çok sayıda mal vardır. Bunlardan bir tanesi de A malı olsun. Aile A malını alıp almamaya, alacaksa ne kadar alacağına karar verecektir.

 Aile A malını seviyorsa, A malından satın alır. Satın alınacak A malı miktarı çeşitli etkenlere bağlıdır. Öncelikle ailenin *geliri* önemlidir. Sonra, A malının diğer ihtiyaçlar yanındaki *önem derecesi* alınacak miktarda önemli rol oynayacaktır. Yine malın *fiyatı* çok önemli bir etkendir. Öte yandan, *diğer malların fiyatları* da bir maldan satın alınacak miktarı etkiler. Yani, bir maldan alınacak miktar; malın fiyatına, diğer malların fiyatlarına, ailenin gelirine ve ailenin zevk ve tercihlerine bağlıdır. Burada saymadığımız ancak bir malın talebini etkileyen diğer tüm değişkenleri *diğer faktörler* olarak adlandırabiliriz.

Bu değişkenlerin tümünün A malının talebi üzerindeki etkilerini aynı anda görebilmek zor olacağından önce basitleştirici bir varsayım yaparak malın kendi fiyatı dışındaki diğer değişkenlerin değişmediğini kabul edeceğiz. Böylelikle, malın kendi fiyatı ile o mala olan talep arasındaki ilişkiyi göreceğiz. Sonra da diğer değişkenlerin değişmesi halinde A malına olan talebin bu değişikliklerden nasıl etkilendiğine bakacağız. İktisatta, son derecede karmaşık olan olayları anlayabilmek için burada yaptığımız basitleştirici varsayıma sıkça başvurulur. Bu varsayım, *diğer koşullar aynı kalmak kaydıyla* ya da iktisat yazınında çokça kullanılan biçimiyle *ceteris paribus* varsayımıdır.

1. **Malın Fiyatı ve Talep Edilen Miktar**

Fiyat, bir birim mal karşılığında ödenmesi gereken ve alıcı ile satıcıların üzerinde anlaşmaya varmış oldukları para miktarıdır. Fiyat, bir birim mal ya da hizmetin para cinsinden piyasa değerini göstermektedir. Alıcıların belli bir dönemde, belli bir fiyat düzeyinde satın almayı planladıkları mal miktarı *talep edilen miktar* olarak adlandırılmaktadır.

Diğer değişkenler sabit iken ailenin çeşitli fiyat düzeylerinde ve belli bir sürede satın almak isteyeceği A malı miktarları Şekil 4.1’deki tabloda verildiği gibi olsun. Bu tablo bize fiyat 200TL olduğunda ailenin hiç A malı almadığını, fiyatın 175 TL’ye düşmesi durumunda talep edilen miktarın 50 kilo olduğunu, fiyatın 150 TL’ye düşmesi durumunda talep edilen miktarın 100 kiloya çıktığını; talep edilen mal miktarının fiyat düştükçe arttığını, fiyat yükseldikçe azaldığını yani, malın fiyatı ile o maldan talep edilen miktar arasında negatif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Malın fiyat ile o maldan talep edilen miktar arasındaki negatif ilişki *talep yasası* ve bu negatif ilişkiyi veren tablo, *talep tablosu* olarak adlandırılmaktadır. Talep yasası istisnasız katı bir yasa olmayıp genel bir eğilimi ifade etmektedir. Bir maldan talep miktar, malın fiyatı arttığında azalma eğilimi gösterirken, malın fiyatı düştüğünde artma eğilimindedir.

Bir malın fiyatı ile o maldan talep edilen miktar arasındaki negatif ilişkiyi fiyat değişiminin iki etkisiyle açıklayabiliriz: ikame etkisi ve gelir etkisi. Temsili bir tüketiciyi (aileyi) ele alarak bu iki etkiyi açıklayabiliriz. Örneğin, A malının fiyatı çok yüksek olduğunda, eğer tüketicinin bu mala karşı aşırı bir tutkusu yoksa malın alternatiflerini satın almayı tercih edecektir. Ancak, A malının fiyatı düşmeye başladığında bu maldan satın almaya başlarlar ve fiyat düşüşü devam ettikçe giderek daha fazla satın alır. Fiyat düştükçe, A malının mutlak fiyatının yanı sıra göreceli fiyatı da yani alternatif mallar cinsinden fiyatı da düşmeye başlar. Fiyatının düşmesi A malını, fiyatları değişmeyen benzerlerine göre giderek daha iyi bir seçenek yapar. A malının fiyatındaki düşüş bu malın lehine bir *ikame etkisi* yaratmış olur.

Öte yandan, A malının fiyatındaki düşüş, tüketicinin cebindeki para ile bu maldan giderek daha çok almasını olanaklı kılar; yani tüketicin alım gücü ya da reel geliri artmış olur. Tüketici fiyat düşüşü sonrasında, A malından daha önce satın aldığı miktar kadar aldığında bir miktar parası artar ve bu artan para ile A malı ve diğer mallardan daha önce almakta olduğundan daha fazlasını alabilecek duruma gelir. A malının fiyatındaki düşmenin tüketicinin reel gelirinde yaratmış olduğu bu etki, fiyat değişiminin *gelir etkisi* olarak adlandırılır.

Bütün alıcılar dikkate alındığında, fiyat düşüşünden önce yüksek fiyattan A malı almayan ya da alamayan bazı kişiler artık bu maldan almaya başlayacaklardır. Fiyat düşüşünden önceki yüksek fiyattan A malı almakta olan alıcılar ise ucuzlayan A malından daha çok almak isteyeceklerdir. Sonuçta A malından talep edilen toplam miktar artmış olacaktır. A malının fiyatının artması durumunda ise, yine gelir ve ikame etkileri sonucunda bu maldan talep edilen toplam miktar azalacaktır.

Şekil 4.1’deki tabloda ortaya konulmuş olan fiyat-satın alınmak istenilen miktar ilişkisini bir grafik üzerinde çok daha rahat izleyebiliriz. Şekildeki grafiğin dikey ekseninde A malının fiyatı, yatay ekseninde ise talep edilen A malı miktarı verilmektedir. Şekildeki A, B, C, D ve E noktaları talep tablosundaki fiyat-miktar rakam çiftlerini temsil etmektedir. Talep edilen miktar, fiyat 200 lira ise sıfır iken, fiyat 175 liraya düştüğünde 50 kiloya, fiyat 100 liraya düştüğünde ise 200 kiloya çıkmaktadır. Tüketicilere daha çok sayıda fiyat seçeneği verilmiş olsaydı, şekilde olduğundan daha çok noktada fiyat-talep rakam çifti oluşacak ve bu sayı sonsuza kadar uzatılabilecekti. Bu noktaların birleştirilmesiyle elde edilen eğri *talep eğrisidir*.

**Şekil 4.1: Bir Tüketicinin Talep Tablosu ve Talep Eğrisi**

≈

A

B

C

E

D

 50 100 150 200 **A Malı Miktarı (Kg)**

 **and Demand Curve)**

 200

 175

150

125

100

Fiyat (TL) Miktar(KG)

200 0

175 50

 150 100

 125 150

 100 200

 **TALEP TABLOSU**

0

**TALEP EĞRİSİ**

 **A Malının Fiyatı (TL)** Fiyatı(TL)

Talep eğrisi tüketicinin; geliri, zevkleri ve satın alabileceği diğer malların fiyatları değişmezken, bir maldan çeşitli fiyat düzeylerinde, belli bir sürede satın almaya hazır olduğu miktarları göstermektedir. Diğer koşullar aynı iken, fiyatla miktar arasında ortaya çıkan bu ilişkiye *talep* adı verilmektedir. Talep ile *talep edilen miktar* aynı şey değildir. Talep edilen miktar belli bir fiyat düzeyinde satın alınmak istenen miktardır. Talep ise fiyat-miktar ilişkisinin tümünü yani çeşitli fiyat düzeylerinde talep edilen miktarların tümünü ifade eder.

Tüketici talep eğrisi, normal olarak, negatif eğimli, sol üstten sağ alta doğru açılan bir eğridir. Bu durum, talep edilen miktarla fiyat arasında ters yönlü ilişkinin sonucudur. Malın fiyatı arttıkça talep edilen miktar azalır, malın fiyatı azaldıkça talep edilen miktar artar. Talep eğrisinin negatif eğimi talep yasasının görsel anlatımıdır.

Şimdiye kadar tek bir tüketicinin talebinden söz ettik. Tek bir tüketicinin bir mala olan talebi *bireysel talep;* bireysel talebi gösteren eğri de bireysel talep eğrisidir. Oysa piyasada bir malın çok sayıda alıcısı vardır. Malın fiyatı piyasada oluştuğuna göre, fiyat oluşumu açısından önemli olan bireysel talep değil bütün tüketicilerin toplam talebidir. Bir mala olan toplam talep *piyasa talebi,* piyasa talebini tasvir eden eğri de *piyasa talep eğrisidir*. Piyasa talep eğrisi, diğer koşullar değişmezken, bir malı satın alabilecek bütün alıcıların değişik fiyat düzeylerinde o maldan satın almak isteyecekleri toplam miktarları gösterir ve bireysel talep eğrilerinin toplanmasıyla bulunur.

1. **Talebi Değiştiren (Talep Eğrisini Kaydıran) Nedenler**

Bir mala olan talebi etkileyen o malın fiyatı dışındaki değişkenlerin aynı kalması halinde fiyat ile talep edilen miktar arasındaki ilişkiyi ortaya koyduktan sonra şimdi sıra diğer değişkenlerin değişmesi halinde fiyat ile talep edilen miktar arasındaki bu ilişkinin nasıl etkileneceğini göstermeye geldi. Bir malın fiyatında meydana gelen değişiklik o maldan talep edilen miktarı etkiler ama talep, aynı kalır. Oysa fiyat dışındaki diğer değişkenlerin değişmesi talebi değiştirir. Talep değişmesi, talep eğrisinin kaymasıdır ve aynı talep eğrisi üzerindeki hareketle, yani talep edilen miktarın fiyatla birlikte değişmesi ile karıştırılmamalıdır. Talep eğrisinin sağa kayması talebin artması, sola kayması ise talebin azalması anlamına gelir. Talep eğrisinin sağa kaymasıyla, fiyat değişmediği halde talep edilen miktar artmakta; talep eğrisinin sola kaymasıyla, fiyat değişmediği halde talep edilen miktar azalmaktadır. Örneğin Şekil 4.2’ye bakalım. Talep eğrisi başlangıçta T eğrisidir ve fiyat 200 TL olduğunda talep edilen miktar 150 kilodur. Malın kendi fiyatı dışındaki değişkenlerde meydana gelen değişiklik sonucunda eğer talep eğrisi sağa kayar ve yeni talep eğrisi T1 olursa, fiyat hâlâ 200 TL olduğu halde talep edilen miktar 150 kilodan 250 kiloya çıkar. Malın kendi fiyatı dışındaki değişkenlerdeki değişiklik eğer talebi azaltır ve talep eğrisi sola kayarsa ve yeni talep eğrisi T2 olursa, bu kez 200 liralık fiyat düzeyinde talep edilen miktar 50 kiloya düşecektir.

Fiyat dışı değişkenlerdeki değişme bir mala olan bireysel talebi aşağıdaki gibi etkiler:

1. ***Gelir*:** Tüketicilerin gelirlerinin yükselmesi alım güçlerinin arttığı anlamına gelir. Tüketici gelirleri arttığında mal ve hizmetlerin büyük çoğunluğuna olan talep artar. Bu mallar *normal mallar* olarak adlandırılır. Gelir azaldığında ise tersi olur. Ama gelir arttığında bazı malların talebi artmayabilir, hatta azalabilir. Bu tür mallara *düşük mallar* denir. Düşük mallara örnek olarak ekmeği verebiliriz. Ekmeği en fazla tüketenler yoksul ailelerdir. Gelir düzeyi yükseldikçe, eğer ailenin başlangıçtaki geliri yeterince ekmek tüketemeyecek kadar düşük değilse, ekmek tüketimi azalır. Gelir düzeyi düştüğünde de düşük malların tüketimi artabilir.

**Şekil 4.2: Talebin Değişmesi**

 T1

T

T2

0

**Miktar (Kg)**

**Fiyat (TL)**

 250

200

175

150

125

100

 50 100 150 200 250 300

**T2 T T1**

1. ***Diğer mal fiyatları***: Diğer mallardan kastedilen tüketicinin tüketmekte olduğu ya da tüketebileceği A malı dışındaki mallardır. Diğer malların fiyatlarındaki değişmenin A malının talebi üzerinde iki türlü etkisi vardır; *gelir etkisi* ve *ikame etkisi*. Tüketicinin parasal geliri sabitken diğer malların fiyatlarının azalması tüketicinin reel gelirinin (alım gücünün) artmasına yol açar ve A malının talebini de artırır. Diğer malların fiyatlarının artması halinde tersi olur; tüketicinin reel geliri düşer ve A malının talebi azalır. Diğer malların fiyatlarındaki değişmenin A malının talebi üzerindeki ikame etkisini anlayabilmek için, diğer malları *rakip (ikame)mallar* ve *tamamlayıcı mallar* olarak iki grupta toplayabiliriz. Örneğin, çay ile kahve rakip yani birbiri yerine kullanılabilen mallardır. Çay ile şeker ya da kahve ile şeker ise tamamlayıcı mallardır, yani birlikte tüketilirler. Tamamlayıcı mallar için gelir ve ikame etkileri aynı yönlüdür; tamamlayıcı malların fiyatları yükseldiğinde bir mala olan talep hem gelir ve hem de ikame etkisi sonucu düşer, tamamlayıcı malların fiyatları düştüğünde ise bir mala olan talep hem gelir hem de ikame etkisi sonucu yükselir. Rakip mallarda gelir ve ikame etkileri zıt yönlü işler. Bir mala olan talep, rakip malların fiyatı yükseldiğinde ikame etkisi nedeniyle artış, gelir etkisi nedeniyle düşüş eğilimi gösterir; rakip malların fiyatları düştüğünde ise tersi olur. Rakip malların fiyatlarındaki değişmenin A malının talebi üzerindeki net etkisi, gelir ve ikame etkilerinden hangisinin daha güçlü olduğuna bağlıdır.
2. ***Zevk ve tercihler***: Tüketicilerin bir mala verdikleri göreceli önem o mala olan talebi belirleyen etkenlerden bir tanesidir. Dolayısıyla, A malının fiyatı değişmediği halde tüketicilerin zevk ve tercihleri mal lehine değişmişse malın talebi artar, mal aleyhine değişmişse malın talebi azalır.
3. ***Diğer Faktörler***: Bir malın talebini etkileyen diğer faktörlere örnek olarak hava koşullarını verebiliriz. Çok soğuk geçen bir kış yakıt talebini, çok sıcak geçen bir yaz serinletici içeceklere ve soğutuculara olan talebi artırır.

 Herhangi bir anda, talebi etkileyen birden fazla faktörde meydana gelen değişikliklerin bazıları talebi artırıcı yönde diğerleri ise talebi azaltıcı yönde olabilir. Böylesi durumlarda o mala olan talebin ne yönde değişeceği, bu zıt yönlü etkilerden hangisinin daha güçlü olduğuna bağlıdır. Örneğin, kış çok soğuk geçtiği hâlde, tüketicilerin geliri azaldığı için yakıt talebi artmak yerine azalabilir.

 Piyasada alıcıların kararlarını etkileyen etkenleri inceledikten sonra şimdi, satıcıların kararlarını ele alacağız. Sonra da ikisini bir araya getirerek piyasa fiyatının nasıl oluştuğunu göreceğiz.

* + 1. **ARZ TEORİSİ**

Bir firmanın bir maldan arzı, belli bir süre içinde değişik fiyat düzeylerinde o maldan üretip satmaya hazır olduğu miktarları gösteren bir tablo ya da eğridir. Arz tablosu ve arz eğrisi, talep tablosu ve talep eğrisi ile aynı biçimde hazırlanır. Miktarlar yine belli bir zaman için ifade edilir; haftalık, aylık gibi. Bir ülkedeki toplam mal ve hizmetler özel ve kamu şirketleri tarafından üretilmektedir. Piyasa ekonomilerinde özel üreticilerin toplam ulusal üretim içindeki payları çok daha yüksek olduğu için burada özel firmaların arz davranışları üzerinde durulacaktır.

Daha önce de belirtildiği gibi Firmanın amacı tüm piyasa türlerinde kârını en üst düzeye çıkarmaktır. Dolayısıyla arz davranışı da bu temel amaç göz önünde bulundurularak açıklanabilir.

Firma kısa dönemde üretim ölçeğini değiştiremez. Yapacağı iş, kârını en üst düzeye çıkaracak üretim hacmini seçmektir. Firma, amacı kâr elde etmek olduğu halde, bazı dönemlerde zararına çalışmak zorunda kalabilir. Firmanın amacı zarar ettiği dönemde zararını en aza indirmektir.

 Kârın en yüksek düzeye çıkarılması ile zararın en aza indirilmesinin koşulları aynıdır. Firma dengesinin birinci koşulu MG=MM eşitliğinin sağlanması, ikinci koşulu ise birinci koşulun sağlandığı üretim düzeyinde marjinal maliyetin yükseliyor olmasıdır. Bu iki koşulun sağlandığı üretim hacmi denge üretim hacmidir. Denge noktasına ulaşıldığında artık firmanın üretimi artırarak ya da azaltarak kârını artırması ya da zararını azaltması mümkün değildir.Denge noktasında firma kâr ediyor olabilir, zarar ediyor olabilir ya da kârı sıfır olabilir. Şimdi denge fiyatı oluştuğunda firmanın kâr mı yoksa zarar mı ettiğine bakabiliriz.

 Eğer denge üretim düzeyinde firmanın *ortalama geliri ortalama maliyetinden büyükse* *firma kâr ediyor demektir*. Bu takdirde toplam gelir toplam maliyetten büyüktür ve toplam kâr da bu ikisinin farkına eşittir. Denge üretim düzeyinde firmanın ortalama maliyeti ortalama gelirine eşitse, toplam geliri de toplam maliyetine eşittir ve firma ne kâr ne de zarar eder. Firmanın kâr ya da zarar etmeden çalıştığı noktaya *başabaş* *noktası* ya da *kâra geçiş noktası* denir. Denge üretim düzeyinde firmanın ortalama geliri ortalama maliyetinden düşükse firma zarar eder ve toplam zararı, toplam maliyeti ile toplam geliri arasındaki fark kadardır.

Zarar eden bir firmanın ortalama geliri ancak ortalama değişken maliyetini karşılayabilecek kadarsa, firma toplam sabit maliyeti kadar zarar eder. Bu durumdaki bir firma *kapatma noktasında* üretim yapıyor demektir. Çünkü sabit maliyetler üretim hacminden bağımsız olduğundan, firmanın çalışması halinde katlanmış olduğu zarar, üretime son vermesi hâlindeki zararla aynıdır. Firma kapatma noktasının altında üretim yapmaz; çünkü, böyle bir durumda, sabit maliyetlerine ek olarak değişken maliyetlerinin bir kısmını da karşılayamadığından kapatması halinde katlanacağı zararını büyütmüş olacaktır. Kapatma noktasının üzerinde ise firma üretimini sürdürmelidir. Çünkü kapatma noktasının üzerinde firmanın geliri değişken maliyetlerinin yanı sıra sabit maliyetlerinin bir kısmını da karşıladığından firma kapatmak yerine çalışmaya devam etmekle katlandığı toplam zararı azaltmış olur.

1. **Arz Eğrisi**

Bir malı arz eden firmaların her birisi için bir *firma arz eğrisi* çizilebilir. Aynı malı üreten firmaların oluşturduğu topluluğa endüstri denir. Endüstriyi oluşturan tüm firmaların arz eğrilerinin yatay toplamına *endüstri arz eğrisi* veya *piyasa arz eğrisi* adı verilir. Endüstri arz eğrisi endüstriyi oluşturan firmaların çeşitli fiyat düzeylerinde o maldan satmak istedikleri miktarların toplamını gösterir.

Şekil 4.3’te, çeşitli fiyat düzeylerinde üreticilerin satmaya hazır olduğu A malı miktarları tablo halinde verilmiş ve sonra da tablodaki bilgiler grafik üzerinde gösterilerek arz eğrisi elde edilmiştir. Arz eğrisi üzerindeki her nokta belli bir fiyat-miktar çiftini temsil eder.

**Şekil 4.3: Endüstri (Piyasa) Arz Tablosu ve Arz Eğrisi**

 **Fiyat** **(TL)**

200

 175

 150

125

100

A

 0 50 100 150 200

B

C

D

E

 ≈

Fiyat (TL) Miktar (Ton)

1. 200
2. 150
3. 100

 125 50

 100 0

 **ARZ TABLOSU**

 **ARZ EĞRİSİ**

 **Miktar (Ton)**

Arz eğrisi pozitif eğimlidir. Bu, fiyat ile miktar arasında aynı yönlü (pozitif) bir ilişki olduğunu gösterir. Fiyat yükseldikçe üreticilerin arz etmeye hazır oldukları miktarlar artar; fiyat düştüğünde ise tersi olur, üreticilerin arz etmeye hazır oldukları miktarlar azalır. Bir malın fiyatının artması, üretim maliyetleri değişmiyorsa, o malın üretimini firmalar için daha kârlı duruma getirir. Bu yüzden, fiyat yükseldiğinde firmalar kârlarını artırmak için üretimlerini artırırlar. Öte yandan, maliyetleri yüksek olduğu için düşük fiyat düzeylerinde üretim yapmayan firmalar da fiyat yükseldiğinde aynı malı üretmeye başlayacaklardır. Ayrıca, bu kârlı alana yeni firmalar da girebilecektir. Bütün bunların sonucunda arz eğrisi pozitif eğimli bir eğridir. Arz eğrisinin pozitif eğimli olmasına *arz yasası* denir.

1. **Arzı Değiştiren (Kaydıran) Nedenler**

Tıpkı talebin değişmesinde olduğu gibi, arzın değişmesi her fiyat düzeyinde arz edilen miktarların eskisinden daha büyük ya da daha küçük olması demektir. O halde, bir malın arzındaki değişme o malın fiyatı dışındaki etkenlerin değişmesine bağlıdır. Bu etkenler üretim maliyeti, diğer malların fiyatlarındaki değişiklikler ve özel nedenlerdir.

1. ***Üretim maliyeti:*** Arzı değiştiren etkenlerin başında malın *üretim maliyeti* gelir. Firmaların amacı olası en yüksek kârı elde etmektir. Kâr, satış geliri ile üretim maliyeti arasındaki farktır. Dolayısıyla, firmalar maliyeti olabildiğince düşürmeye çalışırlar. Bu yüzden üretim girdilerinin fiyatlarının artıp azalması, üretim teknolojisinin değişmesi gibi maliyetleri etkileyebilecek her şey arzı değiştirebilir. Üretim maliyeti ile malın arzı arasında negatif bir ilişki vardır: Diğer koşullar aynı iken, üretim maliyeti arttığında malın arzı azalır, üretim maliyeti azaldığında malın arzı artar. Girdi fiyatlarındaki bir artış üretim maliyetini yükseltirken, girdi fiyatlarındaki azalma üretim maliyetini düşürür. Teknolojik gelişme, üretimde verimliliği artırarak üretim maliyetini düşürür; çünkü verimlilik artışı, aynı miktarda ürünün daha az girdi kullanılarak üretilmesi demektir. Dolayısıyla, teknolojik gelişme ile arz arasında pozitif bir ilişki vardır; diğer koşullar aynı iken, teknolojik gelişme arzı artırır.
2. ***Diğer malların fiyatlarındaki değişiklikler:*** Firmalar kârlarını en yüksek düzeye çıkarmak amacı ile hareket ettiklerinden başka malların fiyatlarındaki değişmeler de bir malın arzını etkileyebilir. Bir malı üretmekte olan firma, üretebileceği başka bir malın fiyatı yükseldiği için, öteden beri yapmakta olduğu üretimi durdurup fiyatı yükselen malı üretmeye başlayabilir. Örneğin çiftçiler, ürün fiyatlarındaki değişmeye bağlı olarak ektikleri ürünü değiştirirler.
3. ***Özel nedenler:*** Herhangi bir malın üretimini etkileyen genel nedenler yanında *özel nedenler* de vardır. Tarım ürünlerinin üretimi üzerinde *hava koşulları* etkilidir. Devletin bazı yeni kurallar koyması ya da kuralları değiştirmesi bir malın arzını etkileyebilir. Yine, firmaların geleceğe ilişkin *beklentileri* de arzı etkileyebilir.

 **Şekil 4.4: Arzın Değişmesi**

600

500

400

300

200

 **Fiyat (TL)**

A2

A

A1

 0 50 100 150 **Miktar (TON)**

 Şekil 4.3’te başlangıçta, arz eğrisi A’dır ve fiyat 500 lira olduğunda arz edilen miktar 100 ton olmaktadır. Şekil, malın fiyatı dışındaki değişkenlerin değişmesi sonucunda arz eğrisinin sağa kaymasıyla (A1) aynı fiyat düzeyinde arz edilen miktarın nasıl 150 tona yükseldiğini; eğrinin sola kaymasıyla (A2), aynı fiyat düzeyinde arz edilen miktarın nasıl 50 tona düştüğünü gösteriyor.

 Tıpkı talepte olduğu gibi, herhangi bir anda, farklı değişkenler arz üzerinde ters yönde etkiler yaratabilir. Örneğin, teknolojik gelişme ile girdi fiyatlarındaki artış aynı anda olabilir. Girdi fiyatlarındaki artış üretim maliyetini artırarak arzı azaltıcı etki yaparken, teknolojik gelişme kullanılan girdi maliyetlerini azaltarak üretim maliyetini düşürür ve arzı artırıcı etki yaratır. Arzın ne yönde değişeceği bu zıt etkilerden hangisinin daha güçlü olduğuna bağlıdır.

* 1. **PİYASA DENGESİ VE DENGE FİYATI**

Alıcı ve satıcı davranışlarını ve onları ifade eden talep ve arz kavramlarını öğrendikten sonra şimdi, iki tarafı birden ele alarak piyasada bir malın fiyatının nasıl oluştuğunu açıklayalım.

 Ele aldığımız piyasa tam rekabet piyasasıdır. Bu tür piyasalarda çok sayıda alıcı ve satıcı vardır. Alıcı ve satıcılar piyasalara serbestçe girip çıkabilirler ve bunlardan hiç birisi kararlarıyla piyasa fiyatını etkileyemezler; fiyatları veri olarak alırlar ve kendi davranışlarını ona göre ayarlarlar.

Alıcı ve satıcıların belli niyetlerle piyasaya girdiklerini, ama henüz hiç mal alış-verişi yapılmadığını düşünelim. Alıcıların satın alma planlarını talep eğrisi, satıcıların satma planlarını arz eğrisi göstermektedir. Başlangıçta rastgele bir fiyattan ilk satışın yapıldığını düşünelim ve işlemlerin devamını Şekil 4.5 üzerinde izleyelim.

 **Şekil 4.5: Piyasa Denge Fiyatının Oluşumu**

200

175

150

125

100

 **Fiyat (TL)**

**K**

**L**

**M**

**D**

**N**

**A**

**T**

0 50 100 150 200 **Miktar (Ton)**

≈

İlk işlem fiyatı 175 TL olsun. Bu fiyattan satıcıların satmak istedikleri miktar 150 ton iken alıcıların almak istedikleri miktar 50 tondur. 100 ton mal alıcı bulamayacak ve *arz fazlası* doğacaktır (K ve L noktaları arasındaki fark). Satıcılar ellerindeki malı satabilmek için fiyat kırmaya başlayacaklar ve fiyat aşağıya doğru inecektir. Fiyat azaldıkça bir yandan talep edilen miktar artarken öte yandan arz edilen miktar azalacak ve böylece arz edilen miktar ile talep edilen miktar arasındaki fark giderek küçülecektir.

İlk işlem fiyatı 175 TL değil de 125 TL olmuş olsaydı durum tam tersi olacak ve *talep fazlası* ortaya çıkacaktı (M ve N noktaları arasındaki fark). Bu kez de alıcılar aralarında rekabete girerek fiyatları yükseltecekler; artan fiyatlarla birlikte bir yandan arz edilen miktar artarken öte yandan talep edilen miktar azalacak ve ikisi arasındaki fark giderek küçülecekti. İlk fiyat ister 175 TL isterse 125 TL olsun arz edilen miktar ile talep edilen miktar eşitleninceye kadar fiyat değişimi devam edecekti.

1. **Denge Fiyatı**

Arz edilen miktar ile talep edilen miktarı birbirine eşitleyen fiyata denge fiyatı denir. Bir fiyatın denge fiyatı olabilmesi için fiyatı yükseltici ve düşürücü eğilimlerin her ikisinin de sıfır olması gerekir. Fiyatın yükselmesine yol açan etken talep fazlası (Şekil 4.5’te MN); fiyatın azalmasına yol açan etken ise arz fazlasıdır (Şekil 4.5’te KL). Denge fiyatının olabilmesi için arz ve talep fazlasının sıfır olması, yani arz ve talep edilen miktarların eşitlenmesi gerekir. Denge fiyatında alıcılar bu fiyat düzeyinde istedikleri kadar mal alabilirken satıcılar da istedikleri kadar mal satabilmektedirler. Piyasada satılmamış mal miktarı (arz fazlası) da aranıp da bulunamayan mal miktarı (talep fazlası) da sıfırdır.

**Şekil 4.6: Talep sabitken arzın artması Şekil 4.7: Talep sabitken arzın azalması**

 **fiyatı düşürür fiyatı yükseltir**

**Fiyat**

**Miktar**

**Fiyat**

**Miktar**

T

A1

A2

 F1

 F2

 M1 M2

 M2 M1

 F2

 F1

T

A1

A2

1. **Denge Fiyatının Değişmesi**

Arz ya da talep değişmedikçe denge fiyatı değişmez. Arz ya da talepten birisi değişmezken diğeri değişirse denge fiyatı değişir. Arz ve talep birlikte değiştiğinde, değişmeler aynı yönde ve aynı oranda değilse denge fiyatı yine değişir. Talepte bir değişiklik yokken arzın artması denge fiyatını düşürür, satılan miktar artar; talepte bir değişiklik yokken arzın azalması denge fiyatını yükseltir, satılan miktar azalır (Şekil 4.6 ve Şekil 4.7).

Arzda bir değişme yokken talebin artması denge fiyatını yükseltir, satılan miktar artar; arzda bir değişme yokken talebin azalması denge fiyatını düşürür, satılan mal miktarı azalır (Şekil 4.8 ve Şekil 4.9). Ancak, arz ve talep birlikte değiştiğinde denge fiyatının ve satılan miktarın ne yönde değişeceği önceden söylenemez. Arz ve talepteki değişmenin yönüne ve büyüklüğüne göre fiyat aynı kalabilir, artabilir ya da düşebilir.

**Şekil 4.8: Arz sabitken talebin artması Şekil 4.9: Arz sabitken talebin azalması**

 **fiyatı yükseltir fiyatı düşürür**

Talebin Azalması

**Fiyat**

Miktar

 **Fiyat**

Miktar

A

T1

T2

 F2

 F1

 F3

 M1 M2

 M3 M1

A

T1

T2

1. **Talepteki Değişmenin Sonuçları**

Piyasa mekanizması talepteki değişme sonucunda kaynak kullanımının değişmesini sağlamaktadır. Tüketici tercihleri değiştiğinde, talebi azalan malların üretiminde kullanılan kaynakların bir kısmı talebi artan malların üretimine aktarılır. Talebi azalan malları üreten üreticiler üretimlerini azaltırlar; çalışanlarını işten çıkarır ve genelde daha az girdi talep ederler. Talebi artan malları üretenler ise üretimlerini artırırlar; dolayısıyla daha çok işçi çalıştırır ve diğer üretim faktörlerini de daha çok kullanırlar.

Ne var ki, farklı malların üretimi farklı girdi bileşimlerini gerektirdiğinden, üretimi artan malların üretimi için daha uygun olan girdilere olan talep artarken üretimi azalan malların üretimine daha uygun olan girdilere olan talep azalır. Sonuçta, talebi artan bazı girdilerin fiyatları yükselirken, talebi azan girdilerin fiyatları düşer. Girdi fiyatlarında izlenen bu farklı yöndeki hareket gelir dağılımını da değiştirir. Talebi ve dolayısıyla fiyatı artan girdilerin sahiplerinin gelirden aldıkları pay artarken, talebi azaldığı için fiyatı düşen girdilerin sahipleri gelirden eskisine göre daha az pay alırlar. Kısaca, tüketici tercihlerinde ve talepteki değişikliği, kaynak kullanımının yeni talep yapısı doğrultusunda değişmesine neden olur.

 Malların piyasa fiyatları, tüketici davranışlarını etkiler. Her bir fiyat kümesine karşılık aileler bir dizi tercihte bulunurlar. Böyle yapmakla, aslında, topluca bu fiyatları da etkilemiş olurlar. Fiyatlar aynı zamanda üreticiler için de hangi malları kârlı biçimde üretebilecekleri konusunda sinyal işlevi görür. Firmalar hangi malları üretip satacakları, bunlardan ne kadar ve nasıl üretecekleri konusunda tercihlerde bulunmak durumundadırlar. Bu tercihleri yaparken, firmalar da topluca fiyatları etkilerler.

Firmalar üretim faktörleri satın almak zorundadırlar. Talep edilen üretim faktörü miktarları firmaların üretim kararlarına, firmaların üretim kararları da tüketici talebine bağlıdır. Üretim faktörleri talebi, bu faktörlerin fiyatlarını etkiler. Üretim faktörlerinin sahibi olan tüketiciler de piyasa fiyatlarından etkilenerek bu faktörleri hangi üreticiye satacaklarına karar verirler. Bu kararlar üretim faktörleri arzını belirler ve faktör fiyatlarını etkiler.

Özetle, ideal bir piyasa ekonomisinde, herkese ne yapması gerektiğini söyleyen bir yetkili yoktur. Sistem, çok sayıda alıcı ve satıcının kararları doğrultusunda otomatik olarak işler ve hangi maldan ne kadar üretileceği, nasıl üretileceği ve üretilen malların nasıl bölüşüleceği soruları kendiliğinden cevaplandırılmış olur.

Piyasadaki alıcı ve satıcıların kararlarını kendi çıkarlarına uygun olarak verdikleri varsayılmaktadır. Üreticiler hangi maldan ne kadar üreteceklerini piyasa fiyatlarına bakarak kararlaştırırlar. Fiyatlar onlar için bir yol göstericidir. Tüketicilerin daha çok aldığı malların fiyatları yükselir. Üreticiler de fiyatı daha yüksek olan malı üretmeyi yeğlerler. Çünkü fiyatı yükselen malların kârlılığı artar. Mevcut üreticiler kârlılığı artan mallardan daha fazla ürettikleri gibi, piyasaya yeni üreticiler de girebilir. Böylece o malın üretimi artar. Eğer bir malın üretimi tüketicilerin satın almak istedikleri miktarı aşarsa, fiyatı azalmaya başlar. Üreticiler fiyata bakarak üretimi azaltmaları gerektiğini anlarlar, bazı firmalar ise üretimi tümüyle bırakırlar. Böylece o malın toplam üretimi azalır. Sonuçta tüketicilerin istedikleri mallardan, tüketicilerin istedikleri kadar üretilmiş olur.

Firmalar, kendi çıkarları doğrultusunda hareket ettikleri ve kârlarını olabildiğince artırmak istedikleri için, bir malın satış fiyatı kadar üretim maliyetini de dikkate almak zorundadırlar. Firma için maliyet ne kadar düşükse o kadar iyidir. Maliyet ise büyük ölçüde üretim faktörlerinin fiyatına bağlıdır. Dolayısıyla firmalar üretim sürecinde göreceli olarak daha ucuz olan üretim faktörlerinden daha çok kullanarak üretim yapmaya çalışırlar.

Üretim faktörlerinin her birinin ayrı bir piyasası ve bir fiyatı vardır. İşgücünün fiyatı ücret, doğanın fiyatı rant ve sermayenin fiyatı faizdir. Girişimi dördüncü bir üretim faktörü olarak saymak gerekirse onun fiyatı ya da üretimden aldığı pay kârdır. Faktör sahiplerinin üretimden aldıkları pay faktör fiyatlarına bağlı olarak değişir. Örneğin, faizin artması sermayenin, ücretin artması işçilerin toplam üretimden aldıkları payı artırır. Böylece, bölüşüm, yani kimin toplam üretimden ne kadar pay alacağı, piyasada otomatik olarak belirlenir.

* 1. **ARZ VE TALEBİN ESNEKLİĞİ**
	2. **Talep Esnekliği**

Genel olarak bir malın fiyatı ya da tüketicilerin gelirleri değiştiğinde o maldan talep edilen miktar da değişir. Malın fiyatındaki artış talep miktarını azaltırken, tüketicilerin gelirlerindeki artış talep miktarını artırır. Ancak, fiyat ve gelirlerdeki değişmenin talep miktarını etkileme derecesi bütün mallarda ve her zaman aynı değildir; etki bazen az bazen de çok olabilir. Fiyattaki değişikliğin talep edilen miktar üzerindeki etkisinin derecesini *talebin fiyat esnekliği*; gelirdeki değişikliğin talep edilen miktar üzerindeki etkisinin derecesini de *talebin gelir esnekliği* olarak adlandırılır. Genel olarak talep esnekliği, talep edilen miktarın, gelir ya da fiyatta meydana gelen değişikliğe karşı duyarlılığının bir ölçüsüdür.

Esneklik, esneklik katsayısı ile ölçülür. Talep esneklik katsayısı, talep edilen miktarda meydana gelen yüzde değişikliğin malın fiyatında ya da gelirde meydana gelen yüzde değişikliğe oranı olarak hesaplanır. Buna göre talebin fiyat ve gelir esneklik katsayılarını aşağıdaki gibi yazabiliriz:

 eF = (Talep edilen miktardaki yüzde değişme)/ (fiyattaki yüzde değişme)

eG = (Talep edilen miktardaki yüzde değişme)/ (gelirdeki yüzde değişme)

Burada (eF) talebin fiyat esneklik katsayısını, (eG) ise talebin gelir esneklik katsayısını göstermektedir. (eF) genel olarak negatif işaretlidir, çünkü malların büyük bir çoğunluğu için fiyattaki değişme ile miktardaki değişme zıt yönlüdür, birisi pozitif ise diğeri negatiftir. Fiyat esneklik katsayısının değeri sıfır ile eksi sonsuz arasında değişir. Ancak, esneklik katsayısı değerlendirilirken katsayının mutlak değeri esas alınır. Örneğin, fiyat esneklik katsayısının (-4) olduğu durumda talep, (-2) olduğu duruma göre daha esnektir. Tüketicinin geliri arttığında malların büyük çoğunluğunun talebi arttığından (eG) genel olarak pozitif işaretlidir. Ancak düşük malların gelir esnekliği negatiftir; gelir arttığında bu mallara olan talep azalır.

 Talep esneklik katsayılarının sıfır olması, fiyat ve gelir değişikliklerinin talebi etkilemediği anlamına gelir; fiyat ve gelir artsa da azalsa da talep edilen miktar değişmez. Talep esneklik katsayısının 1 olması ise fiyat ve gelirdeki değişikliklerin talep edilen miktara aynı oranda yansıdığını gösterir.

 Talep esneklik katsayılarının bire eşit olması durumu *birim esneklik* olarak adlandırılır*.* Esneklik katsayısı bir ile sonsuz arasında ise *esnek talepten*, birden küçükse *esnek olmayan* ya da *az esnek talepten* söz edilir.

 Daha önce bir mala olan talebin diğer mal fiyatlarından da etkilendiğini söylemiştik. Örneğin bir A malının talebinin B malının fiyatında meydana gelen bir değişiklikten ne ölçüde etkilendiği *çapraz esneklik* kavramı ile ifade edilmektedir. Çapraz esneklik katsayısı da A malından talep edilen miktardaki yüzde değişmenin B malının fiyatında meydana gelen yüzde değişmeye bölümüne eşittir.

eAB = (A’dan talep edilen miktardaki yüzde değişme) / (B’nin fiyatındaki yüzde değişme)

Çapraz esneklik rakip(ikame) mallarda pozitif, tamamlayıcı mallarda negatif işaretlidir.

* 1. **Talebin Fiyat Esnekliği Neye Bağlıdır?**

Bir mala olan talebin esnekliğini etkileyen iki önemli etken vardır: o malın yerine kullanılabilecek (ikame ya da alternatif) malların olup-olmadığı ve o mal için yapılan harcamanın toplam harcamalar içindeki payı.

Tüketici bir malın yerine kolaylıkla bir başka malı koyabiliyorsa, o malın talebi esnektir. İkame olanağı azaldıkça esneklik de azalır.

Mal için ödenen para toplamı tüketicilerin toplam harcamaları içinde önemli yer tutuyorsa esneklik fazla, değilse esneklik azdır. Çünkü tüketicilerin toplam harcamaları içindeki payı yüksek olan malların fiyatı değiştiğinde bu durum tüketicinin satın alma gücünü ve dolayısıyla da talep davranışını değiştirir. Öte yandan, tüketicinin toplam harcamaları içindeki payı düşük olan malların fiyatlarındaki değişmenin tüketicinin satın alma gücü üzerindeki etkisi sınırlı olacağından talep davranışını da pek etkilemez. Birinci grup için ev kirasını, ikinci grup için çikleti örnek olarak verebiliriz.

* 1. **Arz Esnekliği**

Arz esnekliği kavramı talep esnekliği kavramına benzer. Bir malın fiyatı değiştiğinde üreticilerin o maldan arz etmek isteyecekleri miktar da genellikle değişir. Arz esnekliği, arz edilen miktarın fiyat değişmeleri karşısındaki duyarlılığının bir göstergesidir ve arz esneklik katsayısı ile ölçülür. Arz esneklik katsayısı**,** bir maldanarz edilen miktardaki yüzde değişmenino malın fiyatındaki yüzde değişmeye oranıdır.

 eA = (Arz edilen malın miktarındaki yüzde değişme)/(Malın fiyatındaki yüzde değişme)

* 1. **Arz Esnekliği Neye Bağlıdır?**

Bir malın arz esnekliği, o maldan arz edilen miktardaki değişmenin malın üretim maliyetini ne ölçüde etkilediğine ve dönem uzunluğuna bağlıdır.

1. ***Arz Esnekliği ve Maliyet*:** Bir malın üretim hacmi büyüdükçe üretimin maliyetinde önemli bir artış oluyorsa arz esnekliği düşük olacaktır. Üretim artışıyla birlikte maliyette önemli bir değişiklik olmuyorsa, arz esnekliği yüksek olacaktır.
2. ***Arz Esnekliği ve Dönem Uzunluğu*:** Arz esnekliği ile dönem uzunluğu arasında da sıkı bir ilişki vardır. Dönem uzunluğu arttıkça arz esnekliği de artar. Çünkü dönem ne kadar kısa ise üretim faktörlerinin miktarı ya da üretim teknolojisini değiştirme olanağı ölçüde kısıtlıdır ve dolayısıyla arz esnekliği düşüktür. Dönem uzadıkça, üretim girdilerinin miktarını ve teknolojiyi değiştirme şansı arttığından, arz esnekliği de artar.

**KONU 5**

**REKABET VE PİYASA TÜRLERİ**

Önceki konumuzda, piyasa mekanizmasının işleyişini basit ve idealize edilmiş bir tam rekabet modeli çerçevesinde inceledik. Piyasalar, sergiledikleri rekabetin derece ve yaygınlığına göre üç ayrı grupta toplayabiliriz; tam rekabet piyasaları, monopol piyasaları ve eksik rekabet piyasaları. Eksik rekabet piyasaları da tekelci rekabet piyasaları ve oligopol olarak iki türlüdür. Tam rekabet piyasalarında bir malın çok sayıda alıcısı ve çok sayıda satıcısı vardır. Hiçbir tekil alıcı ya da satıcı tek başına piyasa fiyatını etkileyememektedir. Diğer iki piyasa türü, tam rekabet piyasasından esas olarak tekil satıcıların piyasa fiyatını etkileyebilme güçleri bakımından ayrılır. Şimdi, önce rekabet olgusunu, sonra da farklı piyasa türlerini kısaca ele alacağız.

* 1. **REKABET OLGUSU**

Bir ülke ekonomisinde çok sayıda özel firma vardır. Özel firmaların amacı kârlarını mümkün olan en yüksek düzeye çıkarmaktır. Bu amacı gerçekleştirebilmek için çalışanlarını, üretim maliyetini en düşük düzeye indirecek şekilde çalıştırma, şirketlerini etkin bir biçimde yönetme ve rakiplerinin yaratmakta olduğu tehdidi hesaba katmak durumundadırlar.

 Acımasız rekabet tekil firmalar için yeni fırsatlar yaratır; rekabet yoluyla, piyasa paylarını rakipleri aleyhine büyüterek gelirlerini artırabilirler. Ne var ki, rekabet, firma için yeni tehditler de yaratır; çünkü, diğer firmalar da piyasa paylarını rakipleri aleyhine genişletmek isterler.

Firmaları maliyetlerini en aza indirerek kârlarını olası olan en yüksek düzeye çıkarmak istemeleri yalnızca açgözlülükle açıklanamaz; rekabetin yarattığı korku da onları buna zorlamaktadır. Eğer bir firma rekabette başarılı olamıyorsa bunun nedeni diğer firmalar kadar kâr edememesidir. Çok daha da kötüsü, böylesi bir firma önünde sonunda, daha iyi ürünleri daha düşük maliyetle üreten rakip firmalar tarafından yok edilecektir. Firmaların çoğu davranışına yön veren, gerçekte onları böyle davranmaya zorlayan, rakiplerin rekabet baskısıdır. Firmaları dramatik, yenilikçi, sıklıkla zararlı ve hatta yıkıcı şeyler yapmaya zorlayan yalnızca sahip ve yöneticilerinin açgözlü olması değil ama aynı zamanda ayakta kalabilmelerinin buna bağlı oluşudur. Dolayısıyla, rekabet, firmaları belli bir biçimde davranmaya zorlayan disipline edici bir güçtür. Böylece rekabet, bütün sistemin belli bir biçimde davranmasını garantiye almaktadır.

Yalnızca Y ve Z şirketlerinin bulunduğu basit bir model yardımıyla rekabetin nasıl gerçekleştiğini açıklayalım. Y ve Z şirketleri benzer televizyonlar üretiyor ve aynı piyasada satıyor olsunlar. İki firma da çalışanlarını aynı işçi topluluğundan seçmektedirler. Firmaların her birinin sahipleri kendi firmalarının başarılı olmasını, rakip firmanın ise saf dışı kalmasını isterler. Ancak, her bir firmanın sahipleri şirketlerinden sağladıkları kârı diğer firmalarca elde edilen genel kâr oranıyla da karşılaştırırlar. Örneğimizdeki iki firma üç farklı piyasada karşı karşıya gelir. Bunların en önemlisi televizyon piyasasında ya da genel adıyla ürün piyasasında olur. Ürün piyasasında her bir firma müşterilerini, kendilerinin daha kaliteli bir televizyonu rakibinden daha ucuza sattığına ikna etmelidirler. Bunu yapamadıkça özenle ürettikleri televizyonları satamaz ve asla kâr elde edemezler.

Y ve Z firmalarının karşı karşıya geldikleri ikinci piyasa işgücü piyasasıdır. Bir firmanın işçileri istihdam ve disipline etme yeteneği onun genel başarısını etkiler.

Firmaların rekabet ettikleri üçüncü piyasa finans piyasasıdır. Gerçekten sermaye, finans piyasası aracılığıyla sağlanmakta ve finansal piyasalarda yatırım yapan insanlar diğer firmalarla karşılaştırılabilir bir kâr beklemekte, aksi durumda yatırımdan vazgeçmekte ya da firmadan ayrılmaktadırlar. Sonuçta, sermaye daha az kârlı ülke, sanayi ya da şirketlerden daha yüksek kârlı olanlara gitmektedir. Gerçekten, rekabetin önemli bir sonucu, farklı firma ya da sektörlerde ödenen kâr oranlarını eşitleme eğilimidir.

* 1. **REKABETİN SONUÇLARI**

Rekabet, genellikle, etkinlik artırıcı bir olgu olarak övülmekte ve hükümetler rekabeti özendiren ve zorlayan yasalar çıkarmaktadır. Ancak, rekabet her zaman kullanışlı, yararlı bir olgu değildir.

Kuşkusuz ayakta kalmak için rekabet ediliyor olması, gerçekten, etkinliği artırıcı bazı işletme davranışlarına yol açabilir. Bu davranışlar, etkinlik artışının getirilerinin çalışanlar ve tüketicilerce şu veya bu şekilde paylaşılması durumunda, geniş toplumsal çıkarlara hizmet edebilir. Rekabetin gayrete getirdiği şirket yöneticileri, daha iyi ürünler üretmenin; yani, mal ve hizmetleri daha etkin olarak üretmenin yöntem ve süreçlerini bulmak için çok çalışacaklardır. Bu durum, daha çok teknoloji ve sermaye yatırımına yol açar. Rekabet, ayrıca, tüketicilere alım yaparken bir ölçüde özerklik de sağlar. Böylelikle, rakip firmaları daha kaliteli ve rekabetçi fiyattan satılan ürünler sunma konusunda bir şekilde hesap vermeye de zorlar.

Ancak, aynı zamanda, rekabet birçok ekonomik ve toplumsal maliyet de yaratır. Rekabet ayrıca, sistemin tümü için akıldışı ya da yıkıcı sonuçlara da yol açar. Gerçek dünyada yararlı yönlerinin yanında zararlı yönlerinin de oluşu rekabetin karmaşık ve çoğu kez çelişik karakterine işaret etmektedir.

Firmalar, rekabete karşı koyabilmek için maliyetlerini, ücretleri düşürmek ya da çalışma temposunu toplumsal zararlara yol açacak şekilde yoğunlaştırmak da dahil olmak üzere, akla gelebilecek her yolla düşürmeye çalışırlar. Hatta, bir yolunu bulurlarsa maliyetlerini, dışsallıklar denilen olgu yoluyla masumların sırtına yüklemeyi bile deneyebilirler. Örneğin, çevreyi kirletebilir, insanlara zarar verebilecek ürünler satabilir ve ürünlerini tüketenleri gizli ya da beklenmedik maliyetleri üstlenmeye zorlayabilirler. Tüketicilerin gözünde farklılaştırılmış ürünler üretmek rekabetçi kârın başlıca kaynağı olduğundan, firmalar bu farklılaştırmayı israfa yol açabilecek, zararlı ve hatta yıkıcı yöntemlerle yaratmaya çalışabilirler. Bu yıkıcı yöntemlere örnek olarak yoğun ve çoğu kez yanıltıcı reklâmları, aşırı ambalajı ve ürün ömrünü, ürünlerin normalden daha kısa sürede eskimelerini ya da işe yaramaz duruma gelmelerini sağlayacak şekilde tasarlayarak, azaltmayı sayabiliriz.

Firmalar, rakiplerinin kolaylıkla kopyalayabilecekleri korkusuyla patentle koruyamayacakları yeniliklere yatırım yapmayabilirler. Benzer nedenlerle özel firmalar, eğittikleri işçilerin rakipleri tarafından transfer edilebilecekleri endişesiyle, çalışanları için yeterli işbaşı eğitimi ve beceri geliştirme yatırımı yapmaktan kaçınabilirler. Ne var ki, firmalar bazen, rakiplerini engellemek ya da onların stratejilerini başarısızlığa uğratmak için para harcayabilir; örneğin, casusluk ve sabotaj yapabilir ya da rakiplerinin projelerini gereksiz şekilde taklit edebilirler. Bu türden harcamalar üretken olmayan harcamalardır.

Rekabet gerçekten çok yoğun olabilir. Bir sektördeki bütün firmaların, israfa yol açan aşırı kapasite oluşturmaya zorlandıkları için, normal etkin ölçeğin altında üretim yapmaları ile sonuçlanabilir. Rekabet kârları çok düşürerek firmaların yeni sermaye ya da ARGE yatırımı yapma gücünü azaltabilir. Aşırı başarısızlık tehdidi altındaki firmalar, sırf yüksek kaliteye yatırım yapamadıkları için kalitesiz mallar üretebilirler. Eğer bir sektördeki tüm firmalar aynı aşırı rekabetten mustarip iseler, tüm sektör kötü, kalitesiz ve hatta zararlı ürünlerle anılabilir. Şirketler başarısız olduklarında ise hem sahipleri ve hem de çalışanları büyük ekonomik kayıplara uğrarlar. Dolayısıyla, rekabetin bir maliyeti vardır. Rekabet ekonomi için, getirileri ile birlikte değerlendirilmesi gereken gerçek ve yüklü maliyetler yaratmaktadır.

* 1. **PİYASA TÜRLERİ**
1. **Tam Rekabet Piyasası**

Tam rekabette firmalar çok küçüktür. Büyüyemezler, çünkü büyüdükçe ortalama üretim maliyetleri artar. Bu piyasada, alıcı ve satıcılar tek başlarına fiyatı etkileme gücüne sahip değildirler. Tam rekabet piyasasının bu temel özelliğini sağlayan diğer özellikleri şunlardır:

***Piyasada aynı malı üreten çok sayıda firma vardır***. Aynı mal, alıcının gözünde nitelikleri aynı olan maldır ve farklı firmalar tarafından üretilmiş olması niteliklerini değiştirmez. Başka bir anlatımla, aynı adla satılan mallar homojendir. Firmaların çok sayıda olmaları, her birinin üretim ve satış miktarının o malın piyasadaki toplam satış miktarı içerisinde çok küçük bir yer tutmasına yol açar. Bu nedenle tek bir firmanın malı üretip üretmemesi ya da üretim miktarını değiştirmesi malın fiyatını etkilemez.

Tam rekabeti alıcılar tarafından da aynı şekilde nitelendirebiliriz. Bu piyasada alıcılar da çok sayıda olduklarından her birinin bir maldan alıp almaması ya da aldığı miktarı değiştirmesi malın fiyatını etkilemez.

***Alıcı ve satıcıların piyasaya girip çıkmaları serbesttir***. Piyasaya giriş özgürlüğü vardır. Satıcılar istedikleri bir mal üretmekte ya da üretmekte oldukları bir malın üretiminden vazgeçmekte serbesttirler. Aynı şekilde, alıcılar da herhangi bir malı alıp almamakta serbesttirler. Kimse onları bir malı almaya ya da almak istedikleri bir malı almaktan vazgeçmeye zorlayamaz. Mevcut firma ya da alıcılar piyasaya yeni girişleri engelleyemezler. Piyasadan çıkmak serbesttir; bir malın üretimini bırakıp başka bir malı üretmenin bir maliyeti yoktur. Bir malın üretiminden bir başkasının üretimine geçmeyi caydırıcı bir durum yoktur; işlerin iyi gitmemesi durumunda, üreticinin elini-kolunu bağlayan satılamayacak kadar pahalı sabit sermaye söz konusu değildir.

***Alıcı ve satıcılar piyasa hakkında tam bilgiye sahiptirler***. Alıcı ve satıcılar ürün kalitesi ve fiyatlar konusunda tam bilgiye sahiptirler; öyle ki, ne araştırma ve işlem maliyeti ve ne de risk ve belirsizlik vardır.

 Bütün bunların sonucu olarak tam rekabet piyasasında alıcı ve satıcılar tek başlarına fiyatı etkileyemezler. Firmanın uygulayacağı fiyat piyasa tarafından belirlenir ve firma için verilidir. Tekil firmanın fiyatı etkileyememesi demek, piyasada oluşan fiyat düzeyinde istediği kadar mal satabilmesi demektir. Tekil üreticilerin piyasa gücü yoktur; reklâm ya da başka yollarla piyasa eğilimlerini etkileyemezler. Ayrıca, rakiplerinin davranışlarını öngörmeye ve onlara tepki vermeye gerek duymazlar.

Tam rekabette uzun dönemde, en uygun (optimum) üretim ölçeği kurulur. Kurulan bu tesis, maliyetin en düşük olmasını sağlayacak şekilde tam kapasite ile çalıştırılır. Tüketicilerin kullanmayı arzu ettikleri mallardan ve arzu ettikleri miktarlarda üretilir. Uzun dönemde fiyat ortalama maliyete eşittir. Talep veya fiyat, toplumun o mala verdiği önemin bir ölçüsü sayılabilir. Ortalama maliyet mümkün olan en düşük düzeyde olduğuna göre fiyat da mümkün olan en düşük düzeydedir. O hâlde, tüketiciler hem arzu ettikleri malı arzu ettikleri miktarda, hem de mümkün olan en düşük fiyata sağlayabilirler.

 Fiyatın ortalama maliyete eşit olması demek firmaların normal kâr etmeleri, aşırı kârın sıfır olması demektir. Normal kâr firmaların belli bir sektörde üretim yapmaları için gerekli en düşük kârdır. Uzun dönemde hiçbir firma aşırı kâr elde edemez. Çünkü herhangi bir sektörde aşırı kâr varsa, mevcut firmalar üretim kapasitelerini artırırken diğer sektörlerdeki firmalardan da bu sektöre girişler olur ve arz artar. Toplam arzın talepten daha hızlı artması durumunda, fiyatlar düşer ve bu düşüş, sektördeki firmaların kârları normal kâr düzeyine gerileyinceye kadar sürer. Piyasada fiyat ya da maliyetleri etkileyecek yeni bir değişiklik oluncaya kadar bu durum devam eder.

Öte yandan, zarar eden firmalar piyasayı terk ederler. Piyasadaki firma sayısının azalması toplam arzı azaltır ve bu durum, piyasa fiyatlar üretime devam eden firmaların normal kâr elde etmelerini sağlayacak düzeye çıkıncaya kadar sürer. Yani firmalar normal kâr sağlayacak duruma gelinceye kadar bazı firmalar piyasaya girer ya da piyasayı terk eder. Piyasaya giriş ve çıkışlar ancak firmalar normal üstü kâr ya da zarar etmedikleri durumda kesilir.

 Tam rekabette reklâma gerek duyulmaması kaynak israfını önler. Firmalar fiyatı veri olarak kabul ederek bu fiyattan satabildikleri kadar mal satarlar. Satışı artırmak için fiyatı düşürmek zorunda değillerdir. Kaldı ki, tam rekabette tüketici için satın aldığı malın üreticisinin kim olduğu önemli olmadığından reklâm gereksizdir. Böylece kaynakların bir kısmının satışı artırıcı faaliyetlere ayrılması gerekmez. Bu da kaynakların, ihtiyaçları daha iyi karşılayacak şekilde kullanılabilmesine yol açar.

1. **Tekel (Monopol)**

Tekel, tam rekabet piyasasına en uzak piyasa türüdür. Piyasada tek satıcı varsa satıcı tekeli (monopol), tek alıcı varsa alıcı tekeli (monopson) söz konusudur. Biz, satıcı tekeli yani monopol üzerinde duracağız. Tekel satıcının tek, alıcıların çok sayıda olduğu piyasa türüdür. Piyasada rekabet olmadığından tek satıcı piyasa fiyatını denetleyebilir. Bununla birlikte tekel aynı anda hem malın fiyatını ve hem de satış miktarını belirleyemez. Üreteceği miktarla birlikte satış fiyatı ve kârı da değişeceğinden en yüksek kârı elde edebileceği üretim miktarını seçer. Tekel piyasasında tek bir firma olduğundan firma ile endüstri arasında fark yoktur.

 Saf tekel, tıpkı tam rekabet piyasası gibi günlük hayatta çok sık rastlanmayan bir piyasa türü olmakla birlikte, anlaşılması diğer piyasa türlerinin anlamayı kolaylaştırır.

 Bir piyasanın tekel olabilmesi için; üretilmekte olan malın ikamesi yani yerine kullanılabilecek başka bir mal olmamalıdır, üretilen mal dayanıklı olmalıdır, alıcılar aralarında anlaşamayacak kadar çok sayıda olmalıdır ve piyasaya giriş engellenmelidir. Uzun dönemde tekelin varlığını korumasını sağlayan piyasaya girişin engellenmesidir. Tekelci gücün çeşitli kaynakları olmakla birlikte bu gücü koruyabilmede piyasaya giriş-çıkış engellerinin etkin bir biçimde uygulanması kritik öneme sahiptir. Yüksek kârlılık sağlayan tekelci gücün zaman içinde korunabilmesi için potansiyel rakiplerin engellenmesi gerekir. Giriş ve çıkış engelleri teknik nitelikte, maliyete ilişkin ya da yasal olabilir. Ayrıca, mevcut firmalar tehdit ve önleyici davranışları ile piyasaya girişi önleyebilirler.

 Tekeli yaratan nedenler şöyle sıralanabilir:

***Tekeli bazen devlet yaratır****.* Bazı mal ve hizmetleri üretme ayrıcalığı bir kamu firmasına ya da özel bir firmaya verilerek diğer firmaların bu alana girmeleri yasaklanabilir.

***Fikri mülkiyet hakları tekellerin doğmasına yol açabilir****.* Üretim tekniklerinin patent ve telif hakkı gibi fikri mülkiyet hakları ile korunması tekelin doğmasını ve ayakta kalmasını kolaylaştırır. Bu hakları elinde bulunduran firmanın izni olmaksızın diğer firmalar bunları kullanamazlar.

***Önemli Hammadde kaynağının tek bir firmanın elinde olması tekele yol açabilir.***

***Piyasa koşulları da tekele yol açabilir****.* Bir sektörde, üretim hacmi büyüdükçe ortalama üretim maliyetinin düşmesi ölçek ekonomileri olarak adlandırılır. Çoğu durumda, ölçek ekonomileri nedeniyle, küresel ekonomide bile ancak az sayıda firmaya yer vardır. Ölçek ekonomileri, çoğu piyasada küçük firmaların neden rekabet edemeyeceklerini ve firmaların neden satışlarını artırmaya ve üretim kapasitelerini daha iyi kullanmaya çalıştıklarını açıklamaktadır. Eğer bir malın uzun dönem ortalama maliyeti, ölçek ekonomileri sayesinde üretim hacmi büyüdükçe devamlı olarak azalıyorsa o malı üreten firmaların sayısı başlangıçta birden fazla olsa bile zaman içinde bire iner. Çünkü işe yeni başlayan bütün firmaların ortalama maliyetleri göreceli olarak çok yüksektir. Üretimi artırmak maliyeti azaltır. Bütün firmalar bunu yapmaya kalktıklarında ürünün fiyatı ortalama maliyetten daha hızlı düşer ve birisi dışında bütün firmalar o malın üretiminden vazgeçerler. Piyasanın özel koşullarından doğan bu tip tekellere *doğal tekel* denir. Buradaki doğallık kavramı piyasanın niteliğine göndermede bulunmaktadır. Küçük ülke piyasalarında ya da çok pahalı sermaye yatırımının gerekli olduğunda durum genellikle böyle olabilir. Kentlerde su, elektrik, gaz dağıtımı doğal tekelin en çok rastlanan örnekleridir.

***Tehditler ve Önleyici Davranış:*** Bir piyasadaki mevcut firmalar yeni girenleri, kendileriyle rekabete girişmeleri durumunda saf dışı etmekle ve ele geçirmekle tehdit edebilirler. Yerleşik firmalar, yeni girenleri engellemek ya da girişleri cazip olmaktan çıkarmak amacıyla fiyatlarını düşürerek önleyici fiyatlamaya girişebilirler.

Tekel bazen ürettiği malı değişik müşterilerine değişik fiyatlardan satar. Bu duruma *fiyat farklılaştırması* denir. Fiyat farklılaştırmasının nedeni maliyet farkı değildir. Alt piyasaların talep yapısı farklı olduğundan firma her alt piyasada farklı fiyat uygulayarak daha büyük kâr sağlayabilir.

 Fiyat farklılaştırmasının olabilmesi için alt piyasaların birbirinden ayrılabilmesi gerekir. Eğer alt piyasalar birbirinden ayrılamıyorsa fiyat farklılaştırması başarısız olur, çünkü alıcılar fiyatın daha düşük olduğu piyasaya yönelirler. Piyasaların ayrılabilmesine bir örnek yurt içi ve yurt dışı piyasalardır. İthalat ve ihracata ilişkin düzenlemeler iç ve dış piyasaları birbirinden ayırabilir. Böylece firmalar aynı malı içeride ve dışarıda farklı fiyattan satabilirler. Elektrik üreten firmalar da günün farklı saatlerinde farklı tarifeler uygulayabilirler. Yine elektriğin fiyatını farklı kullanım alanlarına göre farklılaştırabilirler; sanayi, konut, vb.

 Eğer değişik alt piyasalarda mala olan talep aynı ise, yani bütün fiyat düzeyleri için fiyat esneklik rakamları her alt piyasada aynı ise, tek fiyat uygulanması firmanın çıkarınadır. Esnekliklerin farklı olması durumunda farklı fiyat uygulanması firmanın kârını artırır. Esnekliğin yüksek olduğu piyasalarda fiyat daha düşük olur.

 Tekel piyasası tam rekabet piyasası ile karşılaştırıldığında şu sonuçlara varılır;

* Tekel piyasasında, fiyat daha yüksek üretim miktarı ise daha düşüktür.
* Tam rekabet piyasasında uzun dönemde aşırı kâr ortadan kalkarken tekel piyasasında böyle olmaz. Tam rekabette uzun dönem endüstri dengesi sağlandığında hiçbir firma aşırı kâr elde edemez. Kısa dönemde aşıra kâr sağlayan endüstriye uzun dönemde yeni firmaların girişi aşırı kârı önler. Oysa tekelde uzun dönem dengesi sağlandığında aşırı kârın sıfır olması gerekmez; çünkü başka firmaların endüstriye girmesi söz konusu değildir.
* Tam rekabette reklâm ve dolayısıyla reklâmın yol açtığı toplumsal israf yoktur. Tekelde ise belli bir fiyattan satış miktarını artırabilmek için reklâma başvurulabilir.

Tekellerin olumsuz sonuçlarını ortadan kaldırmak amacıyla devlet üç türlü düzenleme yapabilir; tekellerin ortaya çıkması önlenebilir, uyguladıkları fiyat politikasına müdahale edilebilir ya da tekel kârları yüksek oranda vergilendirerek aşırı kâr ortadan kaldırılabilir ya da azaltılabilir.

1. **Eksik Rekabet Piyasaları**

Tam rekabet koşullarının aksaması sonucunda ortaya çıkan piyasalara eksik rekabet piyasaları denir. Eksik rekabet piyasalarında firma sayısı tam rekabet piyasasından daha azdır. Üretilen mallar homojen değildir. Bu piyasaların en önemli özelliği firmaların piyasa fiyatı üzerinde etkili olabilmeleridir. Genellikle eksik rekabet piyasalarında üretim tam rekabette olduğundan daha düşük, piyasa fiyatı ise daha yüksektir. Bu nedenle, eksik rekabet piyasaları tüketicinin aleyhine işler ve toplumsal refahın azalmasına yol açar. En yaygın eksik rekabet piyasaları oligopol ve tekelci rekabettir.

* + 1. ***Oligopol***

Oligopol piyasalar satıcıların az sayıda, tüketicilerin çok sayıda olduğu piyasalardır. Bu tür piyasalara gerçek hayatta tam rekabet ve tekele göre daha çok rastlanır. Oligopol piyasalarda firmaların belli ürün kategorisinde sattıkları mallar birbirinin aynı ya da bir ölçüde farklı olabilir. Malların aynı olduğu oligopol türü *saf oligopol*, malların farklı olduğu oligopol ise *farklılaştırılmış oligopol* olarak adlandırılır. Çelik üreten birkaç firma saf oligopole, otomobil üreten birkaç firma ise farklılaştırılmış oligopole örnektir.

Oligopol piyasalarda bir firmanın aldığı kararlar diğerlerini etkileyeceğinden ve onların tepkisine yol açacağından firmalar tam rekabet ya da tekelde olduğu gibi hareket edemezler; fiyat, model ya da üretim miktarı konusunda karar verirken rakiplerinin ne şekilde davranacağını hesaba katmak zorundadırlar. Oligopol piyasaları öteki piyasa türlerinden, özellikle de tam rekabet piyasasından ayıran önemli özellikler üzerinde kısaca duralım.

***Piyasaya giriş engelleri:*** Oligopol piyasalarda piyasaya girişin önünde önemli engeller vardır. Genel olarak, ölçek ekonomileri nedeniyle bir firma ne kadar büyükse ortalama üretim maliyetleri o ölçüde düşük olmaktadır. Yerleşik firmalar çoğu kez yeni girenlere göre daha düşük ortalama maliyet ile üretim yapabilirler, çünkü mevcut firmalar geçen zaman içinde yaparak öğrenmiş olurlar; üretmenin en güvenilir ve ucuz yolunu bilirler, pazarlama ve finansman konusunda uzmanlaşırlar. Ayrıca, mevcut firmalar alternatifi olmayan girdilerin sahibi olabilirler ya da başka firmalarda olmayan yönetim becerilerinden yararlanabilirler. Toptancı ve perakendecilerin, önemli satış noktalarının sahipliğini ya da kontrolünü ellerinde bulundurabilirler ve bu durum onlara piyasa gücü sağlar.

 Potansiyel rakipler için yüksek piyasaya giriş maliyetleri ciddi bir caydırıcı işlev görebilir. Gerçek dünyada tüketicileri tercih değiştirmeye ikna etmeye dönük ağır promosyon ve reklâm maliyetleri bunlardan bazılarıdır.

***Dev firmalar***: Günümüzde, firma ölçekleri çok büyümüştür. Dev firmalar, daha önce görülmedik boyutta kaynakları kullanacak ve bütün dünyada piyasalara nüfuz edecek güce erişmişlerdir. Ancak, firmaların çok büyük ölçeklere ulaşmış olmaları aralarındaki rekabetin daha az yoğun olduğu anlamına gelmez. Modern dev firmaların sahip oldukları devasa büyüklükteki kaynaklar, teknoloji ve yönetim yetenekleri onlara daha önce görülmedik yöntemlerle ve boyutta rekabet etme olanağı sağlamaktadır. Rekabet har zamankinden daha şiddetlidir.

***Eksik bilgi, risk ve belirsizlik:*** Tam rekabette, gerçek dünyada insanların karşı karşıya oldukları risk ve belirsizliğe yer verilmemektedir. Piyasada alıcı ve satıcıların birbirlerine karşı uzun vadeli yükümlülüğü söz konusu değildir. İnsanları bağlayan bir şey yoktur; satın alma davranışlarını kolaylıkla değiştirebilirler. Hangi mal söz konusu olursa olsun tüm ürünler homojendir; tüm alıcı ve satıcıların, kim olduklarından bağımsız olarak, piyasa işlemleri bakımından aynı oldukları varsayılır. Kimden alım ve kime satış yaptığınızın önemi yoktur. Değişim (mübadele) kişilerin özelliklerinden bağımsız olarak yürür. Güvene, umuda, kuşkuya ya da gerçek hayattaki kurumsal gerekliliklere yer yoktur.

Gerçek hayatta ise piyasalar belli tarihsel koşullarda oluşmuştur; arz ve talebin belirleyicileri tarihsel gelişimden bağımsız değildir. Arz ve talebi, kısmen söz konusu toplumun ayırt edici kurumsal özellikleri, geçmişten beri izlediği patika ve toplumsal normları biçimlendirir. Gerçek hayattaki karmaşıklıklar günümüzün olduğu kadar geçmişin de izlerini taşır. Karar veren insanlar tam bilgiye sahip değillerdir ve çoğu kez deneme yanılma ile yol alırlar. Üretim zaman alır; planlar hemen uygulanamaz ya da kolayca değiştirilemez. Herhangi bir andaki fiyat değişimleri, onları sıklıkla farklı yönlerde etkileyen birçok gelişmenin sonucudur. Gerçek piyasalarda, sürekli hareketlilik ve uyumsuzluk olabilir. Olayların evrimi sürecinde piyasalar hiçbir zaman dengeye ulaşamayabilir. İstikrarsızlığı artıran güçler etkili olabilir.

Oligopol piyasalarda firma, rakiplerinin eylem ve tepkilerinden emin değildir. Gerçekten firmalar, büyük ölçüde rakiplerin olası eylemlerinden kaynaklanan yüksek oranda risk ve belirsizlikle karşılaşabilirler. Rakiplerin şimdi ve gelecekte, ortaya çıkabilecek yeni durumlarda nasıl davranacakları bilinemez. Geleceğin geçmişteki gibi olacağının garantisi yoktur. Herhangi bir büyük firmanın faaliyetlerinin diğer firmalar için rekabet ortamını değiştirmesi durumunda, fiyat düşürme ya da ürün değiştirmenin etkileri zaman içinde fiyat savaşları, tanıtım yarışları, yeni ürün tasarımlarını tetikleme ve ele geçirme ve birleşme faaliyeti şeklini alabilir.

***Fiyatların katılığı ve karteller:*** Oligopol piyasalarda fiyatlar tam rekabetteki gibi esnek değildir. Günümüz dünyasında ürünlerin pek çoğu hemen tüketilen, satış sonrası hizmeti gerektirmeyen ve diğer ürünlerden ayırt edilemeyen basit mallar değildir. Satın aldığımız karmaşık mallar, tam rekabetten çok farklı piyasa ortamlarında satılmaktadır. Çoğu piyasada üretim, uzun vadeli ARGE faaliyetleri yürüten ve devasa fiziksel sermaye ve insan kaynağına sahip büyük organizasyonlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Üretilen ürünler, tekil zanaatkârın ürettiği ya da hatta talepteki değişmelere çok çabuk ayak uydurulabilen küçük ölçekli, düşük teknolojili fabrika ortamında üretilen basit mallardan farklıdır.

 Oligopol piyasalarda, piyasa koşulları değiştiğinde fiyatların hemen değişmediği durumlar olabilir. Çoğu piyasalar, uyguladıkları fiyatı etkileyebilecek güce sahip güçlü üreticilerin denetimindedir. Bu üreticiler piyasayı yönlendirebilirler. Piyasa koşulları değiştiğinde fiyatı değiştirmekte acele etmezler; inisiyatif sahibidirler. Büyük organizasyonlar, dev satıcılar, gerçek koşullardaki değişmelere tepki vermekte yavaş davranabilirler. Gerçekte, çoğu kez fiyat değiştirmenin de bir maliyeti olduğundan fiyatları sabit tutmak daha ucuza gelebilir.

Ayrıca, oligopol piyasalarda bir firmanın karar ve faaliyetleri diğerlerini önemli ölçüde etkilediğinden, bir firma fiyat değiştirmeye karar verirken rakiplerinin olası tepkilerini hesaba katmak zorundadır. Rakiplerin tepkilerinin bilinememesi fiyatların değiştirilmesi konusunda tereddüt yaratır. Aslında, firmalar genelde, rakiplerinin fiyatı düşürmesi durumunda ona kendi fiyatlarını düşürerek tepki vermeyi; rakipleri fiyat artırdığında ise tepkisiz kalmayı yeğlerler.

Fiyatların düşürülmesi, fiyat savaşları başlatma riski taşıdığından ve böyle bir durumda bütün firmalar zararlı çıkabilecekleri için kaçınılan bir durumdur. Dolayısıyla, fiyatlar aşağıya doğru esnek değildir. Firmalar, doğrudan fiyat rekabeti yerine, fiyat dışı rekabet araçlarına başvurabilirler. Mal farklılaştırması, reklâm ya da taksitli satışlar gibi yöntemlerle tüketici tercihlerini kendi malları lehine etkilemeye ve böylece fiyatı düşürmeden daha fazla mal satmaya çalışırlar.

Firmalardan birisinin fiyat artırması ve öteki firmaların onu izleyerek fiyatlarını artırmamaları durumunda, fiyat artıran firma öteki firmalar lehinde pazar kaybına uğrar. Bu nedenle, oligopol piyasalarda fiyatlar yukarı doğru da esnek değildir. Özetle, oligopol piyasalarda fiyatlar genellikle yapışkandır ve piyasalar fiyat hareketleriyle tam olarak temizlenmez.

 Bununla birlikte, oligopol firmalar da fiyatlarını zaman içinde değiştirmek zorunda kalabilirler. Bunu iki şekilde yapabilirler: ya tek başlarında ve rakipleriyle çatışarak ya da onlarla anlaşarak. Rakipleriyle çatışma stratejisi, rakiplerine göre önemli maliyet üstünlüğü olan bir firma için doğru bir strateji olabilir. Eğer böyle bir üstünlük söz konusu değilse firma için sonuç yıkımdır. Rakiplerle anlaşarak tek bir firma gibi davranma genel olarak yasa dışıdır. Bu nedenle, oligopol firmalar fiyat savaşı riskini azaltmak ve yüksek belirsizlik karşısında istikrar sağlamak amacıyla sıklıkla örtük işbirliği yaparlar. İşbirliği, açıktan anlaşmalar yerine enformel kural ve teamüllere uyarak gerçekleştirirler. Yasaklanmış olmasına, firmaların maliyet yapısındaki farklılıkların yaratmış olduğu sorunlara ve kârın paylaşımındaki güçlüklere rağmen *karteller* oluşturulabilmektedir. Karteller, oligopol firmaların fiyatlandırma, üretim ya da diğer faaliyetlerde işbirliği yapmak üzere kurdukları enformel örgütlerdir. Kartellerde, firmalar birlikte hareket etmek, işbirliği yapmak ve bazen de tek bir tekelmişçesine hareket etmek üzere bir araya gelirler.

***Aşırı kâr:*** Oligopol piyasalarında firmalar uzun dönemde de devam eden normal üstü kârlar elde edebilir, çünkü mevcut kârları bölüşmek üzere yeni firmalar piyasaya giremediğinden normal üstü kârlar kalıcı olur. Piyasaya giriş engellerinin varlığı başka firmaların bu kârları ortadan kaldırmasını önler. Bununla birlikte, firmalar farklı gelir ve güce sahip olabilmekte ve piyasa gücü oligopol firmaların kendi içlerinde eşit dağılmamaktadır.

* + 1. ***Tekelci Rekabet***

Tekelci rekabet (monopolcü rekabet) piyasasında farklılaştırılmış ancak birbirinin yerini kolayca alabilen mallar satan çok sayıda firma vardır. Tekelci rekabet piyasası bir yandan tam rekabet piyasasının öte yandan da tekelin bazı özelliklerini taşır. Çok sayıda firma olduğu için her bir firmanın piyasa payı düşüktür. Bu nedenle, bir firmanın aldığı kararlar diğer firmaları pek fazla etkilemez. Tekelci rekabeti oligopolden ayıran özellik budur.

 Tekelci rekabetin ikinci önemli özelliği firmaların sattıkları malların birbirlerinden az da olsa farklı oluşudur. Eğer her firmanın sattığı mal homojen olsaydı bu piyasanın adı tam rekabet olurdu. Tekelci rekabete örnek olarak kentlerdeki lokantalar ya da bakkallar verilebilir. Tekelci rekabet piyasalarının oluşabilmesi için şu koşulların yerine gelmiş olması gerekir:

***Mal farklılaştırması***: Tekelci rekabette piyasada satılan mallar birbirinin aynı değildir ama çok farklı da değildir. Örneğin, lokantalar genellikle aynı yemekleri yaparlar ama aralarında kalite ve lezzet farkı vardır. Öte yandan her bakımdan birbirinin aynı olan mallar bile farklı hâle gelebilir. Belli bir marka sabun her bakkalda aynıdır. Ama alıcı kendisine en yakın bakkaldan almayı tercih ettiğinde bu ürün farklılaşmış olur. Marka tercihi de bir farklılaşmadır. Tüketici, bütün nitelikleri bakımından birbirinin aynı olan iki farklı marka üründen birinin diğerinden daha iyi olduğuna inanabilir. Bu farklılaştırmayı gerçekleştirebilmek için firmalar farklı işaret ve ambalajlar kullanırlar, reklâm yaparlar. Malların birbirinden farklıymış gibi piyasaya sunulması bu malları üretenlere tekel gücü kazandırır.

***Firma sayısının çokluğu***: Çok sayıda ve birbirine yakın mallar üreten firmalar, kendi fiyat ve üretim kararlarını alırken rakiplerinin göstereceği olası tepkiyi ihmal edebilmektedir. Bu yönü ile tüketici rekabet piyasası tam rekabet piyasasına benzemektedir.

***Piyasaya giriş-çıkışın serbest olması*:** Üretilen mal fazla sermaye gerektirmez. Malın farklı olması da yeni firmaları cesaretlendirir (deterjan, sabun, yağ, meşrubat piyasaları gibi).

Tekelci rekabet piyasası kısa dönemde tekel piyasasına benzer. Bununla birlikte, tekelci rekabeti tekelden ayıran iki özelliği satılan malın ikamesinin varlığı ve toplam maliyetin daha yüksek olmasıdır. Satılan malın ikamesinin olması talebin daha esnek olmasına yol açar ve malın tüketicilere tanıtılmasını gerektirir. Tanıtım giderlerinin tekele göre daha yüksek oluşu dolayısıyla toplam maliyetler de daha yüksektir. Uzun dönemde, piyasaya giriş ve çıkışlar nedeniyle tekelci rekabet piyasası tam rekabet piyasasına yaklaşır. Bir ürün grubunda firmaların aşırı kâr ediyor olmaları yeni firmaların ortaya çıkmasına yol açar. Sonuçta aşırı kâr ortadan kalkar, tekelci rekabet piyasası tam rekabete piyasasına yaklaşır.

 Diğer özellikleri bakımından tekelci rekabetin uzun dönem sonuçları tekelin sonuçlarına benzer. Üretim tam rekabet piyasasında olduğundan az ve fiyat daha yüksektir. Reklâm giderleri israfa yol açar. Bununla birlikte, tekelci rekabette ürün miktarı tekelde olduğu kadar kısılmaz.

**KONU 6**

**MİLLİ GELİR**

**6.1. TANIMLAR**

Bir ülkedeki ekonomik faaliyetlerin en önemli göstergesi ulusal gelirdir. Ulusal gelirin düzeyi ve yıllık büyüme hızı ekonomik başarının en önemli göstergeleri arasındadır. Geliri üretimin parasal değeri olarak tanımlayabiliriz. Ulusal gelir de bir ülkenin belli bir dönemdeki toplam gelirini yani, toplam üretiminin parasal değerini ifade etmektedir. Ulusal gelir, uluslararası karşılaştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır.

 Ulusal gelir konusunu anlamayı kolaylaştırmak için, önce, en çok kullanılan ulusal gelire ilişkin temel kavramları ve bunlar arasındaki ilişkileri ele alalım. Öncelikle ele alacağımız üç kavram Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYH), Safi Milli Hâsıla (SMH) ve Milli Gelirdir (MG). Günlük dilde ve iktisat yazınında bu üç ayrı kavram genellikle Milli Gelir (MG) olarak ifade edilmektedir. Kolaylık sağlayan bu genel adlandırma, üç kavram arasındaki farkları göz ardı etmekle birlikte, biz de konu başlığımızı Milli Gelir olarak koyduk.

1. **Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYH)**

Belirli bir dönemde, genellikle bir yılda, bir ülkenin sınırları içinde üretilen nihai mal ve hizmetlerin piyasa fiyatları cinsinden parasal değerine gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) denir. Bu tanımda dikkat etmemiz gereken dört öğe vardır:*belli bir süre, ülke sınırları, nihai mal ve hizmetler v*e *piyasa fiyatları.* Bilindiği gibi gelir kavramı belli bir süre ile ifade edilmektedir; saatlik, günlük, aylık, yıllık gibi. Ulusal gelir hesapları üç aylık dönemler için de yapılmakla birlikte genellikle ulusal gelir dendiğinde *yıllık gelir* anlaşılmaktadır. GSYH’nin hesabında yalnızca o yılki üretim dikkate alınır.

 İkinci öğe, bir *ülkenin sınırlarından* söz edilmesidir. GSYİH, bir ülkenin sınırları içerisindeki, o ülkenin yurttaşı olsun ya da olmasın tüm kişiler tarafından gerçekleştirilen üretimi kapsamaktadır.

 Üçüncü öğe, *nihai mal ve hizmetlerdir*. Nihai mal ve hizmetler tüketim ya da yatırım amacıyla kullanılmaya hazır mal ve hizmetlerdir. Ara malı üretimi ulusal gelir hesabında dikkate alınmamaktadır. Çünkü tüm ara malları sonuçta nihai malların içinde yer alır. Nihai malların yanı sıra ara malların da hesaba katılması üretimin olduğundan daha yüksek görünmesine yol açar. Gerçekte bir ülkenin toplam üretim değeri, o ülkede yaratılmış olan *toplam katma değerdir*. Katma değer kısaca, üretim sürecinde kullanılan girdilerin toplam değeri ile üretimin değeri arasındaki farktır. Nihai malların değeri de bu malların üretim aşamaları boyunca üretilmiş olan katma değerlerin toplamından başka bir şey değildir.

 GSYH bir ülkede yasal olarak üretilen ve satılan tüm mal ve hizmetlerin değerini içerir; yasa dışı olarak üretilen malları kapsamaz. Yine, evde üretilip tüketilen ve piyasaya girmeyen kalemleri de içermez. Örneğin, bahçemizde yetiştirerek tükettiğimiz sebzeler milli gelir hesabında dikkate alınmazken piyasadan satın alınanların değeri milli gelir içinde yer alır. Örnek olarak değeri 100 kuruş olan ekmeğin üretimini ele alalım. Ekmeğin değerinin hesaplanmasında her bir üretim aşamasının değerini ayrı ayrı dikkate aldığımızda, *mükerrer sayım* nedeniyle değer olduğundan çok daha yüksekmiş gibi görünmektedir, 225 kuruş. Hesaplamada yalnızca nihai malların dikkate alınmasının nedeni budur.

**Tablo 6.1: Değer ve Katma Değer**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Değeri | Katma Değer |
| Buğday | 50 | 50 |
| Un | 75 | 25 |
| Ekmek | 100 | 25 |
| Toplam | 225 | 100 |

GSYH’nin hesaplanmasında dikkate alınan son bir öğe parasal değerin *piyasa fiyatları*cinsinden ifade ediliyor olmasıdır. Piyasa fiyatı, bir mal ya da hizmeti satın alırken karşılığında ödenen bedeldir. Piyasa fiyatının anlamını, aşağıda diğer fiyat kavramlarını açıklarken biraz daha açacağız.

1. **Safi Yurtiçi Hâsıla (SYH)**

Yukarıda açıkladığımız GSYH *gayri safi,* yani *brüttür*. Gayri safi büyüklükler hesaplanırken, üretim sırasında sermaye mallarında meydana gelen *aşınma ve eskime* dikkate alınmamaktadır. Oysa kullanılan makineler, binalar ve diğer üretim tesis ve donatıları üretim sırasında değer kaybına uğrar. Bu kayıp *amortisman* kavramı ile ifade edilmektedir. Net üretim, sermaye stokunda meydana gelen kayıp toplam üretimden düşülerek hesaplanır. İşte GSYH’den amortismanları çıkardığımızda Safi Yurtiçi Hâsılayı (SYH) elde ederiz. SYH = GSYH-Amortismanlar

1. **Milli Gelir (MG)**

Piyasadan bir malı satın alırken ödediğimiz *piyasa fiyatı (PF)* kabaca iki bölümden oluşur; *faktör gelirleri (faktör fiyatı, FF)* ve *dolaylı vergiler (DV)*. Faktör gelirleri ödenen fiyatın ücret, kâr, faiz ve kiraya giden kısmıdır. Yani, mala ödediğimiz fiyatın önemli bir kısmı o malın üretimine katkıda bulunan üretim faktörleri karşılığında faktör sahiplerine gider. Fiyatın diğer kısmını ise dolaylı vergi olarak devlet alır. Dolaylı vergilere örnek olarak katma değer vergisi (KDV), özel tüketim vergisi, gümrük vergisi, savunma vergisi vb. verilebilir. İşte SYH’den dolaylı vergileri çıkardığımızda MG’yi elde ediyoruz. MG, ülkedeki tüm kişilerin elde ettikleri gelirlerin toplamıdır. MG, faktör fiyatları (FF) cinsinden hesaplanmaktadır. Piyasa fiyatı (PF), faktör fiyatlarına (FF) dolaylı vergi (DV) eklenerek bulunur.

PF = FF +DV,

MG = SYH-DV

 Milli gelirle ilgili çeşitli büyüklükler arasındaki ilişkiyi şöyle yazabiliriz:

 GSYH-AMORTİSMANLAR= SYH

SYH-DOLAYLI VERGİLER= MG

1. **Kişi Başına Gelir (KBG)**

Kişi başına gelir (KBG), milli gelir toplam nüfusa bölünerek bulunur.

KBG= MG/ Nüfus

KBG uluslararası karşılaştırmalarda, özellikle gelişmişlik düzeyinin göstergesi olarak çokça kullanılan bir kavramdır. Ancak, bir kalkınmışlık göstergesi olarak eksiktir. Gelir bölüşümü konusunda bir fikir vermez. Dolayısıyla, bir ülkede KBG artarken bazı kişilerin geliri azalıyor olabilir. Uluslararası karşılaştırmalarda KBG, yaygın olarak kullanılan bir ulusal para cinsinden (genellikle ABD doları) ifade edilir. Çünkü ülkelerin kendi paraları cinsinden ölçülen KBG’ler karşılaştırılamaz. KBG, bir ülkenin ortalama refah düzeyinin zaman içerisinde nasıl değiştiğini anlamak için de kullanılmaktadır. Ancak, insan refahı yalnızca kişi başına ortalama gelir ve harcamalara değil ama aynı zamanda gelirin ne ölçüde eşitlikçi bölüşüldüğüne, toplumsal ve doğal çevrenin kalitesine, çalışma süresi ve serbest zamana, kamusal hizmetlerin miktar ve kalitesine ve aile içinde üretilen mal ve hizmetlerin miktar ve kalitesine de bağlıdır.

* 1. **MİLLİ GELİRİN HESAPLANMASI**

Milli gelirin hesaplanış biçimleri bu büyüklüğün anlamını daha iyi kavramamızı kolaylaştırır. GSYH üç şeyi ölçmektedir: bir yıl içinde bir ülkede üretilen nihai mal ve hizmetlerin toplam değeri, ülkedeki herkesin toplam geliri ve ülkede üretilen mal ve hizmetlere yapılan toplam harcama. Bu nedenle MG üç farklı yöntemle hesaplanmaktadır.

1. **Üretim Yöntemi**

Bu yöntemde, tüm sektörlerde üretilen nihai mal ve hizmetler piyasa fiyatı ile değerlendirilerek toplamı alınır. Böylece, tarım, sanayi ve hizmetler sektöründeki nihai üretimin toplam değeri bulunmuş olur.

1. **Gelir Yöntemi**

Ekonomide dört tür faktör geliri vardır: ücret, kâr, faiz ve rant. Bunların toplamı faktör fiyatlarıyla milli geliri verir. Milli gelire dolaylı vergiler eklenerek piyasa fiyatlarıyla safi yurtiçi hasıla (SYH) bulunur. SYH’ye amortismanlar eklenerek piyasa fiyatlarıyla GSYH elde edilir.

1. **Harcama Yöntemi**

Bu hesaplama türünde yurt içinde bir yılda üretilen tüm nihai mal ve hizmetleri satına almak için yapılmakta olan harcamalar toplanmaktadır. Toplam harcamalar; tüketim harcamaları, yatırımlar, devlet harcamaları ve net ihracattan oluşmaktadır. Net ihracat, ihracat ile ithalâtın farkıdır. **Y = C + I + G + (X-M)**

Burada Y, yurtiçinde üretilen mallara yapılan toplam harcamaları yani milli geliri; C, tüketim harcamalarını; I, yatırımları; G, devlet harcamalarını; X, ihracatı ve M ithalâtı göstermektedir. Şimdi bunların her birisi üzerinde kısaca duralım.

1. ***Tüketim***

Tüketim, bir ekonomide belli bir dönemde tüketicilerin ihtiyaçlarını doğrudan karşılayacakları mal ve hizmetlere yaptıkları harcamaların toplamıdır. Tüketim öncelikle ülkenin gelir düzeyine bağlıdır; gelir arttıkça tüketim de artar. Bununla birlikte, geleceğe ilişkin beklentiler, faiz oranı ve sahip olunan servet de tüketimi etkiler. Geleceğe ilişkin olumlu beklentiler ve servet ile tüketim arasında pozitif bir ilişki vardır. Faiz oranlarının tüketim üzerinde gelir ve ikame etkisi olarak iki farklı etkisi vardır. Gelir etkisi tüketimi artırıcı, ikame etkisi ise tüketimi azaltıcı yöndedir. Net etki ise çoğu kez olumsuzdur.

Bir ekonomide toplam tüketimin gelire oranı ya da yaratılan gelirin tüketime ayrılan kısmını gösteren oran (C/Y), o*rtalama tüketim eğilimi;* gelirdeki bir değişme sonucunda tüketimde meydana gelen değişmenin gelirdeki değişmeye oranı *marjinal tüketim eğilimi*, (c=ΔC/ΔY) olarak adlandırılır.

1. ***Yatırımlar***

Yatırım, bir ekonomide belli bir dönemde üretim araçları (sermaye) stokuna yapılan eklemedir. Yatırımlar ülkenin üretim kapasitesini artırdığı için, büyüme yatırımlara bağlıdır.

Yatırımları, kimin tarafından gerçekleştirildiğine bağlı olarak, özel ve kamu yatırımları olarak ikiye ayrılabilir. Özel yatırımlarda amaç en yüksek kârı elde etmektir. Kamu yatırımları, piyasa ekonomilerinde daha çok özel kesimin kârlı bulmadığı, çok riskli gördüğü için yatırım yapmadığı ya da gücünün yetmediği alanlara yapılmaktadır. Kamu yatırımları ile özel yatırımları farklı amaçlarla yapıldığından bunları belirleyen faktörler de farklıdır. Bu nedenle genelde özel yatırımlar *uyarılmış yatırımlar,* kamu yatırımları ise *otonom yatırımlar* olarak adlandırılır. Talepte meydana gelen artışlar kâr beklentisini yükseltmekte ve özel yatırımları uyarmaktadır. Kamu yatırımları ise talep beklentisinden bağımsız olarak da yapılabilmektedir.

1. ***Devlet Harcamaları***

Günümüzde ulusal gelirin önemli bir kısmı (bazı ülkelerde yarıdan fazlası) devlet tarafından harcanmaktadır. Dolayısıyla ulusal gelir devlet tarafından yapılan harcamalardan da önemli ölçüde etkilenmektedir. Ülkemizde de ulusal gelirin yaklaşık üçte biri devlet tarafından harcanmaktadır. Devlet harcamaları cari harcamalar, yatırımlar ve transfer harcamalarından oluşmaktadır. Burada kastedilen harcamalar yatırım niteliğinde olmayan harcamalardır. Devlet yatırımlarına yukarıda otonom yatırımlar adı altında değinmiştik. Transfer harcamaları devletin karşılıksız harcamalarıdır.

1. ***Net İhracat***

İhracat, yabancıların yurt içinde üretilen mal ve hizmetlere yaptıkları harcama toplamı iken ithalât, yerleşiklerin yurt dışında üretilen mal ve hizmetlere yaptıkları toplam harcamadır. Net ihracat, ihracat ile ithalâtın farkıdır ve ithalât ihracattan fazla ise negatif, tersi durumda ise pozitiftir. Dış ticaret dengede olduğunda ise sıfırdır. Net ihracatın negatif olması ülkenin gelirinden daha fazlasını harcadığını (dış kaynak kullandığını); pozitif olması ise gelirinden daha azını harcadığını (dışarıya kaynak aktardığını) gösterir. Net ihracattaki bir değişme ulusal geliri de etkiler.

**KONU 7**

**EKONOMİ POLİTİKASININ AMAÇ VE ARAÇLARI**

Hükümetlerce uygulanan ekonomi politikaları ülkelerin ekonomik başarılarının önemli belirleyicilerinden bir tanesidir. İyi bir ekonominin başlıca özellikleri üzerinde ikinci konumuzda durmuştuk. Ekonomi politikalarının ana hedefi bu iyi özellikleri gerçekleştirmektir denilebilir. Bu dersimizde önce iyi bir ekonominin gerçekleştirilmesinde kritik öneme sahip üretim, istihdam ve işsizlik, enflasyon ve dış denge üzerinde duracağız. Sonra da başlıca ekonomi politikalarını özetleyeceğiz. Bölüşüm de önemli başarı göstergelerinden birisidir; ancak, daha önce üzerinde durulduğundan burada ele alınmayacak. Hükümetlerin ekonomik hedeflerine ulaşmak için kullandıkları başlıca politika araçları para politikası, maliye politikası ve dış ticaret ve döviz kuru politikalarıdır.

* 1. **EKONOMİ POLİTİKASININ AMAÇLARI**
	2. **Üretim**

6’ncı konuda üretimin ölçüsünün ulusal gelir olduğunu gördük. Yine, daha önce 3’ncü konumuzda üretimin toplum refahı açısından taşıdığı önemi vurguladık. Burada, yalnızca değinmekle yetineceğiz.

1. **İstihdam ve İşsizlik**

Yüksek istihdam ya da düşük işsizlik ekonomi politikalarının başlıca hedeflerinden bir tanesidir. Yüksek istihdam oranlarına ulaşılması, ekonomik açıdan çok önemli olmasının yanında psikolojik, toplumsal ve siyasal boyutları da olan bir konudur.

Günümüz ekonomilerinde istihdam kâr amacı güden özel firmalar, kâr amacı olmayan kuruluşlar ve devlet tarafından sağlanmaktadır. Toplamda işlerin büyük bir bölümünü sağlayan kâr amaçlı özel firmalardır. İstihdam ve işsizlik mevcut toplam iş sayısına, bu işlerde çalışmak isteyen toplam insan sayısına ve mevcut işlerin gerektirdiği niteliklerle iş arayanların niteliklerinin ne ölçüde örtüştüğüne bağlıdır.

Mevcut işlerin sayısı ve dolayısıyla istihdam ve işsizlik toplam üretim (ulusal gelir) ve üretimdeki artış hızı (ekonomik büyüme) ile yakından ilgilidir. Firmalar mal ve hizmet üretmek amacıyla işçi çalıştırmaktadırlar. Mal ve hizmetlere olan talep arttıkça firmalar daha çok sayıda insan çalıştırmak istemekte, yani ek iş yaratılmış olmakta ve istihdam artmaktadır. Toplam talebin azaldığı kriz dönemlerinde ise, firmaların çalıştırdığı insan sayısı azalmakta, firmalar yeni işçi almadıkları gibi daha önceden çalışanların bir kısmını da işten çıkardıklarından işsizlik artmaktadır. Toplam istihdam öncelikle özel firmaların yatırım ve üretim kararlarına bağlıdır. Çalışmak isteyenlerin tümüne iş verecek kadar yatırım ve üretim yoksa ya da çalışmak isteyenlerin nitelikleriyle mevcut işlerin gerektirdiği nitelikler örtüşmüyorsa işsizlik olur.

Çalışmak isteyenlerin toplam sayısı ya da işgücü arzı, çalışma çağında olduğu kabul edilen 15 ve daha yukarı yaştaki nüfus ile işgücüne katılım oranına bağlıdır. İşgücüne katılım oranı çalışma çağındaki nüfustan fiilen bir işte çalışanlar ile iş arayanların toplamının çalışma çağındaki nüfusa oranıdır.

Teknolojik gelişme ile birlikte ihtiyaç duyulan işgücünün nitelikleri de sürekli olarak değişmektedir. İşgücünün bu değişikliklere uygun olarak eğitilememesi halinde nitelik uyuşmazlığından kaynaklanan işsizlik ortaya çıkar.

Öte yandan, işgücü talebi yalnızca üretim ve yatırım talebinden değil ama aynı zamanda teknolojik gelişmelerden de etkilenir. Bazı durumlarda hızlı yatırım ve üretim artışının olması işsizliği azaltmayabilir. Çünkü teknolojik gelişme işgücü verimliliğini artırarak daha büyük miktarda üretimi, çalıştırılan işgücünü artırmadan ya da hatta azaltarak gerçekleştirmeyi olanaklı duruma getirir.

Çalışmak için iş aradığı halde iş bulamayanlar işsiz, işsizlerin toplam çalışmak isteyenlere (işgücüne) oranı ise işsizlik oranı olarak adlandırılmaktadır.

1. **Enflasyon ve Fiyat İstikrarı**

Fiyat istikrarı, düşük ve öngörülebilir enflasyon olarak tanımlanmaktadır. Enflasyon ise genel fiyat düzeyinde belli bir dönemde meydana gelen artıştır. Genel fiyat düzeyindeki artış, satın alınan malların fiyatlarındaki ağırlıklı ortalama artıştır. Bütün malların fiyatları aynı oranda değişmediğinden, zaman içinde malların birbirleri cinsinden fiyatları, yani göreceli fiyatları da değişir. Bu durum bazı malların diğerlerine göre ucuzlaması diğer bazılarının ise göreceli olarak pahalanması demektir. Genel fiyat düzeyinde belli bir dönemde görülen düşüş ise deflasyon olarak adlandırılmaktadır. Deflasyon genelde ekonomik daralma ya da kriz yıllarında gerçekleşmektedir ve ilk bakışta beklenebileceğinin tersine arzulanan bir durum değildir.

 Fiyat artışları mal ve hizmet piyasalarındaki talep fazlalığından ya da üretim maliyetlerindeki artıştan kaynaklanabilir. Talep fazlalığının yarattığı enflasyon talep enflasyonu, maliyet artışının yarattığı enflasyon ise maliyet enflasyonu olarak adlandırılmaktadır. Belli bir dönemde, talebi arzından daha fazla olan malların fiyatları artarken, arzı talepten daha fazla olan malların fiyatları düşer. Arz edilen miktar ile talep edilen miktar arasındaki fark ya da fiyat değişimi piyasanın arz yanından ya da talep yanından kaynaklanabilir. Talepteki hızlı artış; para arzındaki hızlı artıştan, kamu harcamalarındaki hızlı artıştan, ihracatın ithalâttan daha hızlı artmasından ya da piyasadaki iyimserliğin yarattığı hızlı tüketim ve yatırım artışından kaynaklanabilir. Talep enflasyonu çeşitli darboğazlar nedeniyle (enerji ve döviz darboğazı gibi) arzın artırılamaması yüzünden de ortaya çıkabilir.

Talep enflasyonun önüne geçmek için talep kısıcı politikalar uygulanır. Ancak, bazı durumlarda, talep zayıf olduğu hâlde fiyatlar yükseliyorsa, yani durgunluk içinde enflasyon (stagflasyon) varsa toplam talebi kısarak denge sağlanamaz. Talebi kısmak durgunluğu artırır. Yapılması gereken arzın artırılmasıdır.

 Maliyet enflasyonu genellikle ana üretim girdilerinin fiyatlarında ya da döviz kurunda meydana gelen artışlardan kaynaklanır. Üretim maliyetlerindeki artışın satış fiyatlarına yansıması maliyet enflasyonunu doğurur. Örneğin, uluslararası piyasalarda petrol, doğalgaz ve kömür gibi ana enerji girdilerinin fiyatlarındaki artış, enerji girdilerinin çoğunu ithal eden Türkiye’de maliyet artışına yol açmaktadır. Enerji girdi fiyatlarındaki artışa döviz kurundaki artış da eşlik ettiğinde maliyet enflasyonu daha güçlü bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Maliyet enflasyonu güçlü sendikaların ücretleri sürekli olarak artırmaları, tekelci firmaların fiyatlarını yükseltmeleri, vergilerdeki yüksek oranlı artışlar gibi nedenlerden de kaynaklanabilir.

 Düşük, istikrarlı ve öngörülebilir fiyat artışları bir sorun olarak görülmeyebilir. Ancak, yüksek enflasyonun yıkıcı etkileri olabilir. Beklenmedik bir enflasyon ya da deflasyon önemli sorunlar yaratır. Enflasyon geliri ve serveti yeniden dağıtır; kaynakların verimli alanlardan spekülatif alanlara kaymasına yol açarak ekonomide verimlilik ve üretimi olumsuz etkiler.

 Enflasyon gelir dağılımının sabit gelirliler ve güçsüzler aleyhine değişmesine yol açar. Herkesin nominal gelirini enflasyon oranında artırabilmesi halinde enflasyon gelir dağılımını etkilemez. Ancak bu, çoğu zaman mümkün değildir. Güçlü kesimler reel gelirlerini koruyabilirken ve hatta artırabilirken, zayıf kesimler fiyat artışlarına ayak uyduramazlar.

Bütün malların fiyatları ve farklı gelir türleri aynı oranda artmadığından, bazı insanların reel gelirleri enflasyonla birlikte artarken diğer bazıları reel gelir kaybına uğrarlar. Genel fiyat düzeyi yükseldiğinde, parasal gelirleri sabit olanların ve ücretleri enflasyon oranında artmayan ücretlilerin alım güçleri azalır. Yine, sabit faizle uzun dönemli borç alanlar, borç verenler aleyhine kazançlı çıkarlar; yani enflasyon, gelir dağılımını alacaklılar aleyhine değiştirir.

 Enflasyon kaynak kullanımını da olumsuz etkiler. Enflasyon, geleceğe ilişkin tahminleri güçleştirir, herkes günü birlik hareket ettiğinden ekonomide istikrarsızlık artar. Fiyatlar, karar vericilerin kullandığı en önemli göstergedir. Verilen kararların doğruluğu bu göstergenin ne denli sağlıklı olduğuna bağlıdır. Fiyatların sürekli değişmesi ve öngörülemezliği sağlıklı karar vermeyi güçleştirir. Enflasyonla birlikte artan risk ve belirsizlik nedeniyle verimli alanlarda kaynak kullanımı azalırken, enflasyonun spekülatif kazançları artırıcı etkisi nedeniyle, kaynaklar spekülatif faaliyetlere kayar. Bu durum gençlerin eğitim ve mesleki tercihlerini etkileyerek uzun dönemde toplumun yaratıcı kapasitesini köreltir.

1. **Dış Denge**

Ülkeler dış ticaret yapmakta; mal ve hizmet ihraç ve ithal etmektedirler. Ekonomi politikalarının amaçlarından bir tanesi de dış ticarette dengeyi sağlamaktır. Bir ülke için dış ticaretin her yıl mutlaka dengede olması gerekmez ve dış ticaret açığı her zaman olumsuz bir durum olarak görülmeyebilir. Burada önemli olan iki husus vardır: dış açığın ülkenin ulusal geliri ve döviz kazanma kapasitesine göre büyüklüğü ve sürekli olup olmadığı. Yüksek oranlı ve sürekli dış açıklar çoğu kez dış borç yaratan yabancı kaynaklarla finanse edildiğinden zaman içinde dış borçlar artar. Artan dış borç ülkenin giderek daha yüksek faiz ödeme pahasına borçlanabilmesine ve faiz yükünün artmasına neden olur. Böylelikle dış açık kendi kendini besleyen ve sürdürülmesi giderek olanaksızlaşan bir duruma gelir.

* 1. **EKONOMİ POLİTİKASININ ARAÇLARI**

Ekonomi politikasının başlıca araçları şunlardır: Maliye politikası, para politikası, gelirler politikası ve döviz kuru ve dış ticaret politikası.

* 1. **Maliye Politikası**

Maliye politikası kamu harcamaları, bu harcamaların sektörler arasındaki dağılımı ve nasıl finanse edildiğine ilişkindir. Kamu gelirlerinin ana kaynağı vergilendirmedir. Vergilendirme ve harcama, aynı zamanda, hükümetin ekonomiyi etkileme kanallarından birisidir. Hükümet vergiyi kişi ve şirketlerden toplar ve vergi gelirlerini çok çeşitli işlevlerini yerine getirmek amacıyla kullanır. Bunu yaparken hükümet, toplam tüketim ve yatırım talebini vergi yükünü ve harcamaların yerlerini değiştirerek etkiler. Herhangi bir anda, eğer hükümet toplam talebi artırmak istiyorsa, kendi harcamalarını artırabilir ve vergi oranlarını düşürerek tüketim ve yatırım talebini destekleyebilir. Toplam talebi düşürmek istediğinde ise, kendi harcamalarını kısabilir ve özel tüketim ve yatırımı harcamalarını daraltıcı politikalar izleyebilir.

Vergi oranlarındaki değişiklik şirketlerin kârlarını ve dolayısıyla da yatırım ve üretimi etkiler. Şirketlerin üzerindeki vergi oranları çok yüksekse, yatırım harcamaları muhtemelen azalır ve bu da üretimi olumsuz etkiler.

Hangi toplum kesimlerinin hangi oranda vergilendirileceği ve vergi gelirlerinin harcanış biçimi, gelir ve servet bölüşümünü etkiler. Genelde, artan oranlı vergi uygulaması ve düşük gelirli kesimlere verilen devlet destekleri gelir bölüşümünü daha eşitlikçi duruma getirirken; azalan oranlı vergiler ve varlıklı kesimler lehindeki devlet harcamaları gelir bölüşümünde dengesizliği artırır.

Bütçe dengesinin ekonomi üzerinde önemli etkileri vardır. Çoğunu vergi gelirlerinin oluşturduğu kamu gelirleri kamu harcamalarını karşılamadığında bütçe açığı; gelirlerin harcamaları aştığı durumda ise bütçe fazlası söz konusudur. Kısa süreli ve düşük orandaki bütçe açıkları büyük bir sorun oluşturmamakla birlikte yıllar boyu süren yüksek oranlı bütçe açıkları ciddi sorunlar yaratmaya adaydır. Bütçe açıkları kamu borçlanması ile finanse edildiğinden, kronik açıklar kamu borç stoklarının artmasıyla sonuçlanır. Artan borç stoku hem faiz oranı ve hem de döviz kuru üzerinde baskı oluşturur. Kamu borç stoku artarken kamu gelirlerinin giderek artan bir kısmı faiz ödemelerine gitmeye başlar. Bu durum yüksek faiz oranı, döviz kurlarında istikrarsızlık ve sermayenin ülke dışına kaçışı gibi finansal ve ekonomik istikrarsızlıklara yol açar.

* 1. **Para Politikası**

Para politikası, para miktarını ve faiz oranlarını değiştirerek ekonomiyi etkileme işidir. Para, alınan mal ya da hizmet bedellerinin ve borçların ödenmesinde kullanılan ödeme aracıdır. Para kavramı dolaşımdaki kâğıt ve madeni paraların yanı sıra banka mevduatını da kapsar. Bankalardaki kişi ve kurumlara ait mevduat da para olarak kabul edilir, çünkü mevduat sahipleri onu ödemelerinde kullanabilirler. Günümüzde dolaşımdaki nakitler paranın çok küçük bir bölümünü oluştururken mevduatın para arzı içindeki payı çok daha yüksektir.

Para politikasının saptanması ve uygulamasından sorumlu kamu kurumu merkez bankasıdır. Faiz oranı para piyasasında para arz ve talebi tarafından belirlenir. Merkez bankasının para arzını artırması faiz oranını düşürücü etki yaparken para arzının azalması, faiz oranlarını yukarıya doğru iter. Genellikle faiz oranı ile tüketim ve yatırım harcamaları arasında negatif bir ilişki olduğundan, para arzındaki azalma faiz oranlarını yükselterek ekonomideki toplam talebi düşürücü etki yapar. Para arzındaki artış ise faiz oranını düşürür ve toplam talebi artırır.

* 1. **Gelirler Politikası**

Gelirler politikası hükümetin ücret ve maaşlara ilişkin politikasıdır. Gelirler politikasının amacı, toplam talebi kısıp enflasyonu düşürerek fiyat istikrarını sağlamak ya da gelirin emek ve sermaye arasındaki bölüşümünü değiştirmektir. Yüksek enflasyonu düşürmek için emeğin reel gelirini düşürmek ve böylelikle toplam talepteki artışı denetim altına almak başvurulan yollardan bir tanesidir. Hükümet, gelir dağılımını hangi yönde değiştirmek istediğine bağlı olarak, emek gelirlerini artırıcı ya da azaltıcı bir politika izleyebilir.

* 1. **Dış Ticaret ve Döviz Kuru Politikaları; Ödemeler Dengesi**

Dış ticaret ve döviz kuru politikaları, hükümetin dış ekonomik ilişkilere yön vermek üzere kullandığı politika araçlarıdır.

* + 1. ***Dış Ticaret***

Ülkeler iki nedenle aralarında ticaret yapmaktadırlar: üretim olanakları bakımından farklı olmaları ve büyük ölçekte üretim yapmanın sağladığı ölçek ekonomileri. Ülkeler arası ticaretin çok uzun bir geçmişi olmakla birlikte son iki yüzyılda uluslararası ticaret giderek yükselen bir hızla büyümüştür. Gelişen teknoloji, ulaşım ve iletişim sistemlerinde meydana gelen gelişmeler ticareti kolaylaştırmış, maliyetini düşürmüş ve dış ticaretten sağlanan yararları artırmıştır. Öte yandan, gerek ülkelerarası ekonomik birleşme çabaları ve gerekse uluslararası ticaretin serbestleştirilmesine ve ticari engellerin ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmalar, uluslararası ticaret hacmindeki artışı hızlandırmıştır. Günümüzde geçmişe oranla dünya üretiminin çok daha yüksek bir oranı ticarete konu olmaktadır. Dünyadaki toplam mal ihracatının dünya toplam gelirine oranı, yaklaşık olarak, 1870’lerin başında yüzde 5’ten, 1970’lerin başında yüzde 10’a ve 2021’de yüzde 23’e çıkmıştır. Yani günümüzde, 150 yıl öncesine göre dünya gelirine oranla dört kattan daha fazla ticaret yapılmaktadır.

Daha önce de belirtildiği üzere, ekonomi politikalarının başlıca amaçlarından bir tanesi de dış dengeyi sağlamaktır. Bu amaca ulaşmak için dış ticaret politikaları uygulanmaktadır. Dış ticaret politikalarını ithalâtı kısıtlayıcı politikalar ve ihracatı artırıcı politikalar olarak iki ana başlık altında toplayabiliriz.

İthalâtı kısıtlayıcı politikaların dış dengeyi sağlamak yanında yerli sanayiyi korumak ve hazineye gelir sağlamak gibi iki amacı daha vardır. İthalâtı sınırlandırmanın başlıca araçları miktar kısıtlamaları, gümrük tarifeleri ve diğer araçlardır. Miktar kısıtlamaları üç şekilde uygulanmaktadır: ithalât ya da ihracat yasakları, kotalar ve kambiyo (döviz) kontrolü.

İthal yasakları ekonomi dışı amaçlarla da uygulanabilmekle birlikte, yasakların ekonomik amaçları yerli üretimi korumak ve dış ticaret dengesini iyileştirmektir. Kotalar, ithal ya da ihraç edilecek malların hükümetler tarafından fiziki miktar veya değer olarak sınırlandırılmasıdır. Kambiyo denetimi, ülkeye giren ve ülkeden çıkan döviz miktarının devletin denetimi altına alınmasıdır. Kambiyo denetimi, dış açıkları sınırlandırmak, ulusal paranın istikrarını sağlamak, altın ve döviz rezervlerini korumak amacıyla uygulanmaktadır. Bu sistemde, döviz alım ve satım işlemlerini merkez bankası yürütmektedir.

Gümrük tarifeleri, ithal edilen mallar üzerine vergi koyarak fiyatlarını yükseltmeyi ve hazineye gelir sağlamayı amaçlar. İthal edilen malların fiyatı yükseldiğinde aynı malların malın ülke içi fiyatı da artar. Fiyatın yükselmesi bu mallara olan iç talebi düşüreceğinden, ithalât azalır. Öte yandan, ülke içi fiyatın yükselmesi yerli üreticilerin kârını ve dolayısıyla yerli üretimi artırır. Ayrıca, tüketiciler tükettikleri mallar karşılığında daha yüksek bedel ödediklerinden ve tüketicilerden üreticilere gelir aktarımı olur. Yine, ithalâtın azalması döviz tasarrufu sağlar ve dış ticaret dengesini olumlu etkiler.

Miktar kısıtlamaları ve gümrük tarifeleri dışındaki diğer dış ticaret politikaları tarife dışı engeller olarak adlandırılır. Tarife dışı engeller arasında görünmez engeller, fark giderici vergiler ve gönüllü ihracat kısıtlamaları sayılabilir. Görünmez engellerle; halk sağlığı, çevre koruma, tüketicinin korunması gibi gerekçelerle belli standartların geliştirilmesi, ithal edilmesi istenmeyen malların ithalindeki formalitelerin artırılması gibi yollarla ithalât zorlaştırılmakta ve kısıtlanmaktadır. İkinci bir tarife dışı engel, güçlü ülkelerin diğer ülkeleri zorladıkları gönüllü ihracat kısıtlamalarıdır. Bu uygulamada ihracatçı ülke, ithalâtçı ülke ile anlaşarak ihracatını belli sınırlar içinde tutmaya zorlanmaktadır. Fark giderici vergiler özellikle AB ülkelerinde yüksek destek verilen tarımsal üreticileri korumak amacıyla uygulanmaktadır. İthal edilmekte olan tarımsal ürün fiyatlarının yurtiçi fiyatlardan düşük olması durumunda, fark giderici vergilerle ithal malın fiyatı artırılmakta ve ülke içindeki üreticilerin ithalâttan zarar görmesinin önüne geçilmektedir.

 Dış ticarette dengeyi sağlamanın bir yönü ithalâtın baskılanması ise diğer yönü de ihracatın artırılmasıdır. Bu amaçla ihracat teşvikleri uygulanmaktadır. İhracat teşvikleri, üretim maliyetlerini düşürerek ve gelirlerini artırarak ihracatçıların kârlarını artırmayı hedeflemektedir. Başlıca ihracat teşvikleri arasında vergi muafiyeti, vergi iadesi, ucuz kredi ve girdi sağlanması sayılabilir.

* + 1. ***Döviz Kuru***

Uluslararası ekonomik işlemleri gerçekleştirmek için kullanılan her türlü yabancı ödeme aracına dövizdenir. Uygulamada nakit yabancı paralara efektif, nakde dönüştürülebilen döviz poliçeleri, ödeme emirleri, yabancı mevduat sertifikaları, yabancı banka havaleleri ile dövize bağlı seyahat çekleri gibi ödeme araçlarına da döviz adı verilmektedir. Bu tanımlara göre efektif, parasal dövizi; döviz ise kaydî ödeme araçlarını tanımlamaktadır.

 Bir yabancı paranın ulusal para cinsinden değerine *döviz kuru* denmektedir. Döviz kurundaki yükselme ulusal paranın yabancı para karşısında değer kaybettiği anlamına gelir. İki ülke parası arasındaki değişim oranı *düz kur* olarak tanımlanırken, bir ülke parasının iki farklı ülke parası karşısındaki değerinden hareketle ulaşılan diğer iki ülkenin paraları arasındaki değişim oranına *çapraz kur* denilmektedir.

 Döviz piyasasında döviz alış ve satış fiyatları arasında belli bir *marj* vardır. Bu marj döviz ticareti yapmakta olan kişi ya da kuruluşların sağladığı hizmetin karşılığıdır.

Döviz kuru, uygulanmakta olan döviz kuru sistemine bağlı olarak farklı biçimlerde belirlenmektedir. Döviz kurunun serbest piyasa kurallarına göre belirlendiği sistem esnek kur sistemi, hükümet tarafından belirlendiği sistem ise sabit kur sistemi olarak adlandırılır. Esnek kur sistemi *değişken kur sistemi* ya da *dalgalı kur sistemi* olarak da adlandırılır.

 Esnek kur sisteminde döviz arz ve talebindeki değişiklikler döviz kurunu değiştirir. Döviz alım satımının yapıldığı, başka bir deyişle ulusal paraların alınıp satıldığı piyasalar döviz piyasalarıolarak adlandırılmaktadır. Piyasada döviz arzı sabitken döviz talebindeki artış kurun yükselmesine, yani yerli paranın değer kaybetmesine; döviz talebi sabitken döviz arzında meydana gelen artış ise yerli paranın değer kazanmasına neden olur.

Döviz talebi uluslararası ödemeleri gerçekleştirmek amacıyla talep edilen yabancı para miktarıdır. Bir ülkenin döviz talebi o ülkenin yapacağı uluslararası ödemelere bağlıdır. Mal ve hizmet ithalâtı, dış borç ödemesi ve yerleşiklerin yurt dışı yatırımları döviz talebine yol açan başlıca olaylardır. Günümüzde dünyada yabancı para talebinin çok büyük bir kısmı yabancı varlıklara olan talepten kaynaklanmaktadır. Yıllık mal ve hizmet ticaretinin gerektirdiği dövizli işlem hacmi yaklaşık 30 trilyon dolar iken uluslararası piyasalardaki toplam dövizli işlem hacmi yaklaşık 3 katrilyon dolar dolayındadır.

İthalât için döviz talebi ile döviz kuru arasında ters ilişki vardır. Döviz kuru arttıkça ithal mallar pahalanır ve bu malların talebi azalır. İthal mallara olan talebin azalması döviz talebini de azaltır. Döviz kuru düştüğünde ise tersi olur, dövize olan talep artar.

 Döviz arzı, yerli para satın almak üzere döviz piyasasına sunulan yabancı paralara denir. Döviz arzı her türlü yabancı ödeme araçlarını kapsar. Mal ve hizmet ihracatı, dış borçlanma ve yabancıların Türkiye’deki yatırımları döviz arzına yol açan başlıca olaylardır.

Döviz arzı ile döviz kuru arasında pozitif bir ilişki vardır. Döviz kuru yükseldikçe mal ve hizmet ihracatı, ihracatçılar için daha kârlı hale gelir ve ihracat artar. Ayrıca, yerli paranın değer kaybetmesi yerli varlıkların değerini düşürerek yabancıların yerli varlık alımını uyarır.

 Günümüzde dünyada genellikle esnek kur sistemi uygulanmakta, ancak merkez bankaları kurda istikrarı sağlamak amacıyla döviz piyasalarına, döviz alım ve satımı yaparak ya da dövizli işlemleri belli kurallara bağlayarak müdahale etmektedirler. Esnek kur sistemi, döviz piyasasına esneklik kazandırmakla birlikte, spekülatif hareketleri ve kurlardaki belirsizliği artırmakta, para politikası uygulama olanaklarını azaltmakta, istikrarsızlığa yol açmakta ve enflasyonun denetim altına alınmasını güçleştirmektedir.

Ülke paralarının diğer ülke paralarına ya da altına serbestçe dönüştürülebilmesi *konvertibilite* olarak adlandırılmaktadır. Bir ülke parası konvertible ise isteyen herkes ulusal para karşılığında her türlü amaç için ve arzu ettiği miktarda yabancı para satın alabilmektedir. Bir ülke parasının konvertible olabilmesi güçlü bir ekonomiyi, ihracat gelirlerinin yüksek olmasını, yeterli düzeyde döviz ve altın rezervi bulunmasını, kambiyo rejiminin serbest olmasını ve ödemeler dengesinin büyük açıklar vermemesini gerektirir.

Sabit kur sisteminde bir ülke parasının yabancı paralar cinsinden değerinin düşürülmesi *devalüasyon* olarak adlandırılır. Ülkedeki fiyat ve maliyetler dünyada geçerli fiyat ve maliyetlerden yüksekse yerli para aşırı değerlenmiş demektir. Yerli para aşırı değerlenmiş ise ülkenin rekabet gücü azalır. Bu aşırı değerlemenin giderilmesi ve ihraç mallarına dış pazarlarda rekabet gücü kazandırmak amacıyla yerli paranın yabancı paralar cinsinden değeri düşürülür.

 Ancak, devalüasyonun ihracatı artırmada başarılı olabilmesi için o ülke mallarına olan talebin fiyat esnekliğinin yüksek olması ve artan dış talebi karşılayacak üretim kapasitesinin bulunması gerekir. Öte yandan, ülkede ithal mallarına olan talebin fiyat esnekliği düşükse, ithal malların pahalılaşması ithalâtta azalma ile sonuçlanmayabilir. Sonuç olarak, devalüasyonun dış açıkların kapanmasında başarılı olabilmesi için ithal ve ihraç mallarının fiyat esnekliğinin yüksek olması ve gerek azalan ithalâttan doğan boşluğu dolduracak ve gerekse artan ihracat talebini karşılayacak üretim kapasitelerin bulunması gerekir.

Bir ülke parasının diğer ülke paraları cinsinden değerinin artırılması *revalüasyon*olarak adlandırılır. Genellikle dış dengesi fazla veren ülkelerde ve ender olarak uygulanır. Merkez Bankaları artan altın ve döviz rezervlerine karşılık bastıkları para miktarını ve bunun yol açabileceği enflasyonu önlemek için de revalüasyon yapabilirler.

* + 1. ***Ödemeler Dengesi***

Ödemeler dengesi, bir ülkenin belirli bir dönemde diğer ülkelerle arasındaki ekonomik ilişkilerin sistemli bir biçimde kaydedildiği bir tablodur. Bu tablo, ülkenin uluslararası ekonomik ilişkilerinin nitelik ve boyutlarının anlaşılmasını sağlar. Ödemeler bilançosunun *açık* vermesi ülkenin döviz gelirlerinin döviz giderlerini karşılamadığını gösterir.

Ödemeler bilançosunun ana hesapları Cari İşlemler Hesabı, Finans Hesabı, Net Hata ve Noksan ve Rezerv Hesabıdır.

**Cari işlemler hesabında** mal ve hizmet ticareti, faktör gelirleri ve karşılıksız transferler yer alır. Ülke dışına mal ve hizmet satılması ihracat, ülke dışından mal ve hizmet alınması ise ithalât olarak adlandırılır. Hizmet ticareti, hizmet ihracatının doğurduğu gelirler ile hizmet ithalatının doğurduğu giderlerin kaydedildiği hesaptır. Bu hesapta taşımacılık, turizm, haberleşme, inşaat, sigorta, finansal hizmetler ile diğer her türlü hizmetlerin gelir ve giderleri yer alır. Mal ve hizmet ihracatı toplamı, mal ve hizmet ithalâtı toplamını aşıyorsa dış ticaret fazlası, tersi durumda ise dış ticaret açığı var demektir.

Faktör gelirleri ya da birincil gelir hesabında yurt dışından gelen faktör gelirleri ile yurtdışına ödenen faktör gelirleri kaydedilmektedir. Ücret, kâr payı, faiz ve kira gelirleri ile giderleri bu kapsamdadır.

Transferler ya da ikincil gelir hesabı, ülkeler arasında karşılıksız para ve mal transferlerinin kaydedildiği bir hesaptır.

 Cari işlemler hesabının alacaklı ve borçlu hesaplarının toplamları arasındaki fark *cari işlemler dengesi* olarak adlandırılır. Alacak ve borçlu hesaplar toplamı eşit ise cari işlemler bilançosu dengededir; alacaklı hesaplar toplamı daha büyükse cari fazla, borçlu hesaplar toplamı daha büyükse cari açık var demektir.

**Finans hesabı**, bir ülkede yerleşik kişi ve kuruluşların diğer ülkelerle yaptıkları yatırımlar ile yabancıların yurt içinde yaptıkları yatırımları, yani bir ülkenin dış finansal varlıkları ve yükümlülüklerindeki değişimler ile bu değişimlerin karşılıklı kayıtlarını, sermaye hareketlerini içermektedir. Sermaye hareketleri üç başlık altında toplanmaktadır: doğrudan yabancı yatırımlar, portföy yatırımları ve diğer yatırımlar.

*Doğrudan yatırım:* Yatırımcının yerleşiği olduğu ekonomi dışındaki bir ekonomide bir işletmenin yönetimini kontrol ettiği veya yönetiminde söz sahibi olduğu uzun vadeli bir yatırım şeklidir. Doğrudan yatırımda, yatırımcının işletmenin sermayesinde yüzde 10 ya da daha fazla paya/oy hakkına sahip olması veya yönetimde söz sahibi olması esastır.

*Portföy yatırımları:* Menkul değerlere yapılan yatırımlar olarak tanımlanabilecek portföy yatırımları, genellikle hisse senetleri ile kamu ya da özel kuruluşlarca ihraç edilen bono ve tahvil şeklindeki borç senetlerini ve diğer para piyasası araçlarını içermektedir.

*Diğer yatırımlar*: Doğrudan yatırım, portföy yatırımları ve rezerv varlıklar dışında kalan tüm finansal hareketler bu bölümde yer almaktadır. Ticari ve finansal krediler ile mevduat hareketleri bu başlık altında kaydedilmektedir.

 Ödemeler bilançosunda cari işlemler hesabı ile sermaye hesabı bakiyelerinin toplamı ekonominin *genel dış dengesini* oluşturur.

Ülkelerin kayıtlı döviz varlıklarında nedeni bilinmeyen değişiklikler olmaktadır. Bu değişikliklerin net sonucu dengeleyici bir kalem olan **Net Hata ve Noksan** kalemini oluşturur. Net hata ve noksanın ortaya çıkmasının olası nedenleri şunlardır: Dış ticarette mal hareketleri ile para hareketlerinin aynı yılda gerçekleşmemesi, dış ticarette yanlış beyan, sistemdeki dövizlerin yastık altına kaçması ya da yastık altındaki dövizlerin sisteme girmesi, anket yoluyla elde edilen bavul turizmi gibi verilerdeki hatalar.

Eğer cari hesap ile sermaye hesabı bakiyelerinin toplamı sıfır değilse aradaki fark rezervlerden karşılanmış demektir. Genelde, cari işlemler açık ya da fazlası sermaye hareketleri ile dengelenir. Cari hesap negatif bakiye vermişse, sermaye hesabı pozitif bakiye verir, ya da tersi olur. Ancak, bu iki hesap bakiyesinin mutlak değerleri eşit değilse rezervler artmış ya da azalmış demektir. Ülkelerin rezervleri genelde altın ve dövizden oluşmaktadır. Resmi rezervlerin yönetimi Merkez Bankasının sorumluluğundadır.

**KONU 8**

**TÜRKİYE EKONOMİSİ**

Bu son konumuzda Türkiye’nin üretim, istihdam, enflasyon, tasarruf ve yatırım ve dış ekonomik ilişkilerini ele alacağız.

* 1. **ÜRETİM**
		1. **Üretimin Sektörel Dağılımı**

Ekonominin üç ana sektörü tarım, sanayi ve hizmetlerdir. Tarım bütün tarımsal ve hayvansal ürünler ile orman ve su ürünlerini kapsar. Tarım sektörünün toplam üretim ve istihdam içindeki payı azalıyor olmakla birlikte, tarım sektörü hâlâ ülke ekonomisi için çok önemli bir sektör olma özelliğini sürdürmektedir. Tarımın önemi üç özelliğinden kaynaklanmaktadır. Birincisi, tarımsal ürünler başta beslenme olmak üzere temel ihtiyaçlarımızın karşılanması için vazgeçilmezdir. İkincisi, tarımsal ürünler birçok sanayi ürününün üretiminde girdi olarak kullanılmaktadır. Üçüncüsü, tarım sektörü sanayi ürünleri için önemli bir pazardır; makine ve ekipman, gübre, yakıt, ilâç gibi birçok sanayi ürünü tarımda girdi olarak kullanılmaktadır.

Sanayi sektörü; imalât sanayi, madencilik, enerji ve gaz ve su sektörlerini kapsar. İmalat sanayi, sanayi sektörünün çekirdeğini oluşturur. İmalat sanayinin ekonomi içindeki göreceli büyüklüğü sanayileşme ve kalkınmanın önemli bir göstergesidir ve sektörün ulusal gelir ve istihdamdaki payı ile ölçülür. Bununla birlikte, imalât sanayi üretim ve istihdamının bileşimi sanayileşme düzeyinin daha doğru göstergeleri olarak kabul edilmektedir. Gelişmiş sanayi ülkeleri, diğer ülkelere göre daha yüksek teknolojili yöntemler kullanmakta ve daha nitelikli işgücü istihdam etmektedirler.

 Hizmetler fiziksel olmayan ürünlerdir. Toplam hizmet üretimi içindeki payı göreceli olarak yüksek olan hizmet sektörleri inşaat, toplam perakende ticaret, taşıma ve depolama, otel ve lokantacılık, bilgi ve iletişim, finans ve sigortacılık, gayrimenkul hizmetleri, eğitim, kamu yönetimi ve savunmadır.

Türkiye’de 2021 yılında GSYH’nin sektörel bileşimi Tablo 8.1’de verilmiştir. Söz konusu yılda Türkiye GSYH’si, cari fiyatlarla, yaklaşık 7 trilyon 249 milyar liradır. GSYH’nin yüzdesi olarak sektör payları şöyledir: tarım 5.5, sanayi 26.0, inşaat 5,1 ve hizmetler 57.9. Bu rakamlar Türkiye ekonomisinin bir sanayi ve hizmet ekonomisi olduğunu göstermektedir.

**Tablo 8.1: GSYH’nin Sektörel Bileşimi (2021, yüzde, cari fiyatlar)**

|  |  |
| --- | --- |
| **TARIM** (Tarım, hayvancılık ve balıkçılık) | **5.5** |
| **SANAYİ** | **26.0** |
|  Madencilik ve taş ocakçılığı | 1.3 |
|  İmalat sanayi | 22.2 |
|  Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretim ve dağıtımı | 1.9 |
|  Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri | 0.9 |
| **İNŞAAT** | **5.1** |
| **HİZMETLER** | **52.8** |
| **SEKTÖRLER TOPLAMI** | **89.4** |
|  Vergi-sübvansiyon | 10.6 |
| **GAYRİSAFİ YURTİÇİ HASILA (alıcı fiyatlarıyla)** | **100.0** |

Source: TURKSTAT

Ekonomilerin kalkınma ve modernleşme süreçlerinde, genellikle, tarımın GSYH içindeki payı azalırken sanayi ve hizmetlerin payı artmıştır. Tarımın sanayi öncesi ekonomilerdeki payı yüzde 50 dolayında iken, günümüzde geri kalmış ülkelerde yüzde 15-20 ve Kuzey Amerika’da yüzde 1’in altındadır. Türkiye ekonomisinin üretim yapısındaki uzun dönemli değişim de diğer ekonomilerle benzerdir; kısa süreli dalgalanmalar bir yana, tarımın payı azalırken sanayi ve hizmetlerin payı artmıştır.

* + 1. **Ekonomik Büyüme**

Ekonomik büyüme toplam ulusal üretimdeki artıştır ve GSYH’deki yıllık yüzde artış ile ölçülür. Türkiye ekonomisinin son 23 yıldaki büyüme hızları Şekil 8.1’de verilmektedir. Dönemin bütününde ortalama yıllık büyüme hızı yüzde 4,6’dır. Ancak, büyüme hızındaki yüksek oranlı dalgalanmalar Türkiye ekonomisinin istikrarsız bir büyüme patikası izlediğini göstermektedir. Yıllık büyüme hızları yüzde (-5.8%) ile 11.4% arasında değişmiştir.

Bu yüksek dalgalanmanın birden fazla nedeni olmakla birlikte, büyüme hızını düşüren ya da dalgalanmasına yol açan en önemli neden, ekonominin zayıf tasarruf ve yatırım kapasitesidir. Türkiye ekonomisi, hızlı büyüme için gerekli olan yüksek oranlı tasarrufu gerçekleştiremediği için bu açığın dış kaynaklarla kapatılmasına çalışılmaktadır. Ancak, dış kaynakların sağlanabilirliği ve maliyeti birçok faktöre bağlıdır ve Türkiye’ye dış kaynak girişi çok istikrarsızdır. Bu durum Türkiye için bir ikilem yaratmaktadır. Yeterli dış kaynak sağlayamadığında büyüme hızı düşmektedir. Büyüme hızındaki düşüş istihdam ve gelir artışını sınırlamaktadır. Dış kaynaklar kolaylıkla ve ucuza sağlandığında ise büyüme hızı yükselmekte ancak yabancı sermaye girişi lirayı aşırı değerli hâle getirdiği ve dış açık ve borçları hızla büyüttüğü için bu sürdürülebilir bir durum değildir. Hızlı büyüme dönemlerinde hızla artan dış yükümlükler, büyümeyi finanse edecek ve mevcut dış borçları döndürecek yeni kaynakların bulunmasını zorlaştırmaktadır. Sonuç, büyüme hızının düşmesi ve hatta ekonomik kriz olabilmektedir.

**Şekil 8.1: Yıllık Büyüme Hızları (1998-2021, %, 2009=100)**

Kaynak: TÜİK

* + 1. **Teknolojik Düzey**

Teknolojik gelişmelerin çoğu imalât sanayinde gerçekleşir ve oradan diğer sektörlere yayılır. Bu nedenle, imalât sanayinin teknolojik düzeyi ülkenin genel teknolojik düzeyinin iyi bir göstergesidir. Türk imalât sanayinin Tablo 8.1’de verilen göreceli teknolojik düzeyi, sektörün verimlilik ve rekabet gücünü yeterince destekleyecek durumda değildir. Bu tabloda teknolojiler; düşük, orta-düşük, orta-yüksek ve yüksek olmak üzere üç grup olarak sınıflandırılmıştır. Düşük ve orta-düşük teknolojili sanayiler Türk imalât sanayinde egemen durumdadır. 2021 yılında, toplam imalât sanayi katma değerinin yaklaşık yüzde 70’i bu sanayilerde üretilmiştir. Türk imalât sanayinin teknolojik düzeyi yalnızca sanayileşmiş ülkelerin değil ama aynı zamanda, dünya ortalamasının ve kendisinin de içinde yer aldığı yükselen sanayi ekonomilerinin (YSE) ortalamasının da gerisindedir. Düşük teknoloji kullanılarak üretilen ürünlerin toplam imalât sanayi katma değeri içindeki payı Türkiye’de 2021 yılında yüzde 40,7 iken, daha 2017 yılında sanayileşmiş ülkelerde yüzde 25,9, YSE’de 31,7 ve dünyada yüzde 28,6 idi. Yine aynı yıllarda, orta-yüksek ve yüksek teknoloji kullanılarak üretilen ürünlerin imalât sanayi katma değeri içindeki payı Türkiye’de yüzde 30,5, YSE’de yüzde 39,6, dünyada yüzde 45,6 ve sanayileşmiş ülkelerde yüzde 50,3 idi.

**Tablo 8.2: İmalat Sanayinin Teknolojik Yapısı; Farklı Teknolojilerle Üretilen Ürünlerin İmalat Sanayi Katma Değeri İçindeki Payı (yüzde)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|   | **Düşük Teknoloji** | **Orta-düşük Teknoloji**  | **Orta-yüksek ve yüksek Teknoloji**  | **Toplam** |
| **Türkiye** (2021) | 40.7 | 28.9 | 30.5 | 100.0 |
| **Sanayileşmiş Ekonomiler** (2017) | 25.9 | 23.8 | 50.3 | 100.0 |
| **YSE**\*(2017) | 31.7 | 28.7 | 39.6 | 100.0 |
| **EGKE**\*\*(2017) | 70.8 | 19.2 | 10.0 | 100.0 |
| **Dünya** (2017) | 28.6 | 25.8 | 45.6 | 100.0 |

Kaynak: Türkiye için, Yıllık Program 2023; diğerleri için, UNIDO, IDR 2020. (\*) YSE: Yükselen Sanayi Ekonomileri, (\*\*) EGKE: En Geri Kalmış Ekonomiler

* 1. **İSTİHDAM VE İŞSİZLİK**

İşsizlik Türkiye’nin kronik bir sorunudur. Türkiye ekonomisi işsizlik oranını düşürecek kadar yeni iş yaratamamaktadır. İşsizlik 2000 yılı sonrasında hem sayısal ve hem de çalışma çağındaki nüfusa oranla artış eğilimindedir. Yıllık işsizlik oranı, 2001 yılı öncesinde yüzde 6-8 aralığında iken, 2002 yılında yüzde 10’un üzerine sıçramış ve normal zamanlarda bu oran etrafında dalgalanmıştır. Ekonominin durgunlaştığı ya da krize girdiği zamanlarda ise yüzde 15’e kadar yükselmiştir.

Bir ülkede işgücünün durumunu betimlemede kullanılan temel kavramlar şunlardır: çalışma çağındaki nüfus, işgücüne katılım oranı, işgücü, istihdam ve işsizlik. Çalışma çağındaki nüfus 15 ve daha yukarı yaştaki toplam insan sayısıdır (üniversitelerin öğrenci yurtlarında, yetimhanelerde, yaşlı bakımevlerinde, özel hastanelerde, hapishanelerde ve askeri garnizon ve benzerlerinde kalanlar hariç). İşgücü, bir işte çalışmak isteyenlerin toplam sayısıdır. İşgücüne katılım oranı, işgücünün çalışma çağındaki nüfusa oranıdır. İstihdam, bir işte çalışanların toplam sayısıdır. İşsizlerin sayısı, işgücü ile istihdam arasındaki farktır. İşsizler iş aradığı halde bulamayanlardır. İşsizlik oranı, işsizlerin işgücüne oranıdır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) her ay, istihdam hakkında bilgi üretmek üzere, Hanehalkı İşgücü Anketi uygulamaktadır. TÜİK tarafından hesaplanan 2021 yılı Türkiye temel işgücü göstergeleri Tablo 8.3A’da verilmektedir. Çalışma çağındaki nüfus, 63.704 bin kişidir. Bunun 30.988 kişisi işgücüne dahil değildir; yani bu kişiler ne bir işte çalışmakta ve ne de iş aramaktadırlar. İşgücü, 32.716 kişidir ve bunun 28.797 kişisi istihdam edilmektedir. İşgücüne katılım oranı yüzde 51,4 ve istihdam oranı yüzde 45,2’dir.

**Tablo 8.3A: İşgücü Göstergeleri, 2021 (bin kişi ve yüzde)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Toplam** | **Erkek** | **Kadın** |
| **Nüfus (15 yaş ve üzeri)** | **63.704** | **31.516** | **32.188** |
| **İşgücü** | **32.716** | **22.156** | **10.560** |
|  İstihdam | 28.797 | 19.792 | 9.005 |
|  Tarım | 4.948(17,2%) |  |  |
|  Tarım-dışı | 23.849(82,8%) |  |  |
|  Sanayi  | 6.143(21,3%) |  |  |
|  İnşaat | 1.777(6,2) |  |  |
|  Hizmetler | 15.928(55,3%) |  |  |
|  İşsiz  | 3.919 | 1.554 | 2.364 |
| **İşgücüne dahil olmayanlar**  | **30.988** | **9.360** | **21.628** |
| İşgücüne katılım oranı, %  | 51,4 | 70,3 | 32,8 |
| İstihdam oranı, %  | 45,2 | 65,3 | 30,4 |
| İşsizlik oranı, %  | 12,0 | 10,7 | 14,7 |
| Tarım-dışı işsizlik oranı, % | 15,3\* |  |  |
| Genç (15-24 yaş) işsizlik oranı, % | 22,6 | 19,4 | 28,7 |

Kaynak: TÜİK, (\*) 2020

2021’de çalışanların yüzde 17,2’si tarım sektöründe istihdam edilmiştir. Tarım-dışı sektörlerin toplam istihdam içindeki payları şöyledir: sanayi yüzde 21,3, inşaat yüzde 6,2% ve hizmetler yüzde 55,3%.

2021’de, toplam işsiz sayısı 3.919 bin kişi ve işsizlik oranı yüzde 12,0’dır. Ancak bu hesaplamada kullanılan işsizlik kavramı çok dar kapsamlıdır ve Türkiye’deki işsizliğin boyutlarını tam olarak yansıtmamaktadır. Çalışma çağında olup referans döneminde bir işte çalışmayan, son dört hafta içinde iş aramak için en az bir kanalı kullanmış ve iki hafta içinde çalışmaya hazır olanları kapsamaktadır. Gerçekte bu tanımın kapsamadığı çok sayıda insan vardır.

TÜİK, bu durumdaki kişileri de dikkate alan iki tamamlayıcı işgücü göstergesi ile üç tamamlayıcı işsizlik göstergesi de hesaplamaktadır. İki tamamlayıcı işgücü göstergesi zamana bağlı eksik istihdam ve potansiyel işgücüdür. Zamana bağlı eksik istihdam, referans döneminde bir ya da daha çok işte toplamda 40 saatten az çalışan ama daha uzun süre çalışmaya istekli ve hazır insanları kapsamaktadır. Potansiyel işgücü, referans haftasında ne istihdamda ne de işsiz olan çalışma çağındaki kişilerden; iş arayan fakat kısa süre içerisinde işbaşı yapabilecek durumda olmayanlarla, iş aramadığı halde çalışma isteği olan ve kısa süre içerisinde işbaşı yapabilecek durumda olan kişilerden oluşmaktadır.

**Tablo 8.3B: Tamamlayıcı İşgücü Göstergeleri, Tem.2022 (mevsim etkisinden arındırılmış)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Göstergeler** | **Yüzde** |
| **İşsizlik oranı**  | 10,1 |
| **Zamana bağlı eksik istihdam ve işsizlerin bütünleşik oranı** (1) | 15,1 |
| **Potansiyel işgücü ve işsizlerin bütünleşik oranı** (2) | 18,0 |
| **Atıl işgücü oranı** (3) | 22,5 |
| 1. Zamana bağlı eksik istihdam ile işsizlerin toplamının işgücüne oranı.
2. İşsizlerle potansiyel işgücünün toplamının işgücü ve potansiyel işgücünün toplamına oranı.
3. İşsizler, zamana bağlı eksik istihdam ve potansiyel işgücünün toplamının işgücü ile potansiyel işgücünün toplamına oranı.
 |

Kaynak: TÜİK

TÜİK tarafından hesaplanan üç tamamlayıcı işsizlik göstergesi şunlardır: zamana bağlı eksik istihdam ve işsizlerin bütünleşik oranı, potansiyel işgücü ve işsizlerin bütünleşik oranı ve atıl işgücü oranı. TÜİK tarafından hesaplanan Temmuz 2022 ayına ilişkin ek işsizlik göstergeleri Tablo 8.3B’de verilmiştir. Söz konusu ay için dar tanımlı işsizlik oranı yüzde 10,1 iken, atıl işgücü oranı yüzde 22,5’dir.

Tablo 8.3A’da görüldüğü gibi, kadınlarda ve gençlerde işsizlik oranı ortalamanın çok daha üzerindedir. Bu iki grupta işgücüne katılım oranı yetişkin erkeklerde olduğundan daha düşük olduğu hâlde işsizlik oranı daha yüksektir. Kadın istihdamı tarım ve hizmetlerde göreceli olarak yüksek, sanayide ise düşüktür.

Türkiye işgücü piyasasının başka bir özelliği de kayıtsız çalıştırma oranının yüksekliğidir. Temmuz 2022’de, sosyal güvenlik kurumlarına üye olmaksızın çalışanların oluşturduğu kayıt dışı istihdamın toplam içindeki payı yüzde 29,7 idi.

* 1. **ENFLASYON**

Yüksek enflasyon 1960’ların sonundan itibaren Türkiye’nin önemli sorunlarından bir tanesi olagelmiştir. 2002-2005 döneminde hızla düşen yıllık enflasyon oranı, son yıllarda yine yüksek düzeylere erişmiştir. Türkiye, enflasyon hedeflemesinin başladığı 2006 yılından sonra neredeyse her yıl enflasyon hedefine ulaşamamakla birlikte yine de yıllık enflasyon oranını 2017 yılına kadar, 2011 yılı hariç, yüzde 10’un altında tutmayı başarmıştır (Bakınız Şekil 8.2). Yıllık tüketici enflasyonu 2017 yılında yüzde 11,9% oldu ve 2018’de yüzde 20,3’e sıçradı. 2019’de yüzde 11,8’e düşmekle birlikte 2020’de yeniden yükselerek yüzde14,6’ya ulaştı, 2021’de yüzde 36,1’e ve Eylül 2022 itibariyle de 83,4’e tırmandı.

 **Şekil 8.2: Yıllık Tüketici Enflasyonu (Tüketici Fiyat Endeksindeki artış, %, 2003=100)**

Kaynak: TÜİK. (\*) Eylül 2022. Kırmızı çizgi enflasyon hedefini göstermektedir.

Enflasyonun yükselmesinde hem arz ve hem de talep koşulları etkili olmuştur. 2002 sonrasında artan ithal ürün rekabeti Türkiye’de enflasyonun düşmesinde önemli bir rol oynamıştı. Türk lirasının aşırı değerlenmesi ve artan ithalât, enflasyondaki düşüşü desteklemiştir. Ne var ki, 2009 sonrasında liranın reel olarak değer kaybetmesi, özellikle 2018-2022 döneminde, bu kez, enflasyonu hızlandırıcı bir etkide bulunmuştur. Liranın dolar ve euro karşısındaki değer kaybı enflasyonu üç kanaldan desteklemiştir. İlk olarak, döviz kurundaki artış ithal girdilerin ve dolayısıyla da üretimin maliyetini artırmıştır. İkinci olarak, ithal edilen nihai malların fiyatlarını artırmıştır. Üçüncü olarak, ithal malların yerli ürünler karşısındaki rekabet gücünü azaltarak yerli ürün fiyatlarında artış için, en azından kısa dönemde, bir fırsat yaratmıştır. İthal mal fiyatlarındaki, özellikle de enerji girdi fiyatlarındaki oynaklık enflasyonu etkileyen başka bir etkendir. Tüketim malları üzerindeki vergilerdeki yüksek oranlı artış ya da düşüşler de enflasyon üzerinde etkili olmaktadır. Ancak, reel faiz oranlarının negatif olmasına rağmen, faiz oranlarında art arda yapılan indirimler enflasyonda son yıllarda gözlenen hızlı tırmanmanın arkasındaki esas etkendir.

* 1. **TASARRUF VE YATIRIMLAR**

Yüksek ve sürdürülebilir bir büyüme yüksek oranda tasarruf gerektirmekle birlikte, Türkiye ekonomisi arzulanan büyümeyi gerçekleştirmeye yetecek ölçüde tasarruf yaratamamaktadır. Bu durum karşısında, Türkiye yatırımların önemli bir bölümünü dış kaynaklarla finanse ettiğinden, ekonominin dış ekonomik koşullara karşı duyarlılığı artmıştır. Toplam gayrisafi sabit sermaye yatırımı ile tasarruf arasındaki fark tasarruf açığı olarak adlandırılmaktadır. Kriz dönemlerinde yatırım oranı düştüğü için tasarruf açığı azalmaktadır. Ekonomi normal büyüme patikasına döndüğünde ise açık artmaktadır. 2010-2017 döneminde tasarruf açığı GSYH’nin yaklaşık yüzde 4’ü kadardı. İzleyen dört yıldaki (2018-2021) açık yüzde 2 dolayında gerçekleşmiştir.

2010-2021 yıllarını kapsayan 12 yılda, gayrisafi sabit sermaye yatırımı yüzde 7 ortalama hızla artmakla birlikte yıllık artış oranları yüksek bir oynaklık sergilemiştir. Dönem boyunca yatırım artış hızı yüzde 23,7 (2011) ile (-12.5) (2019) arasında dalgalanmıştır.

 İstikrarlı bir büyüme için yatırımların düzeyi kadar bileşimi de önem taşımaktadır. 2010-2022 yıllarını kapsayan 12 yıllık dönemde yatırımlardan en büyük pay inşaat sektörüne gitmiştir ve bu sektörün toplam içindeki payı 2011-2019 yıllarını kapsayan 9 yıl boyunca yüzde 50’nin üzerindedir. Makine ve ekipmana yapılan yatırımlar, 2021 yılı dışında inşaat yatırımlarının çok gerisinde kalmıştır. Ayrıca, 2010-2018 döneminde inşaat yatırımları makine ve ekipman yatırımlarından daha hızlı artmıştır. Yıllık ortalama büyüme hızları bu dönemde inşaat için yüzde 10,3, makine ve ekipman için yüzde 8,6 olarak gerçekleşmiştir. İnşaat yatırımlarında özellikle 2013-2017 döneminde gözlenen hızlı artış hükümetin büyüme hızını yukarıya çekmek amacıyla inşaat sektörünü desteklediğini ima etmektedir.

2019-2021 yıllarını kapsayan üç yıllık dönemde makine ve ekipman yatırımlarının payında gözlenen artış esas olarak inşaat yatırımlarındaki hızlı daralmadan kaynaklanmıştır. Makine ve ekipman yatırımları 2018 ve 2019 yıllarında art arda küçülmüştür. 2020’de yüzde 21,4’lük ve 2021’de yüzde 21,8’lik artış hızlarına rağmen, 2018-2021 dönemindeki ortalama artış hızı 2010-2017 döneminin üçte-ikisi dolayında kalmıştır; sırasıyla, yüzde 6,22 ve 9,36.

Bu iki tür yatırımın kısa dönemli etkileri çok farklı olmasa da uzun dönemde makine ve ekipman yatırımlarının verimliliği artırıcı etkisi uzun dönemde inşaat yatırımlarından çok daha fazladır.

* 1. **DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER**

Dış ekonomik ilişkiler mal ve hizmetlerin, gelirin ve sermayenin ülkeler arası hareketlerini kapsamaktadır. Ülkeler arası mal ve hizmet hareketleri dış ticaret ve ülkeler arası sermaye hareketleri dış yatırım olarak adlandırılmaktadır.

1. **Dış Ticaret**

Türkiye 1947 yılından başlayarak her yıl dış ticaret açığı vermiştir; ihracatı ithalâtının gerisinde kalmıştır. 1980 sonrasında, dış ticaret adım adım serbestleştirilirken, üretimin ithal girdi bağımlılığının artması sonucu dış ticaret açığı daha da büyümüştür. 2013-2021 yıllarını kapsayan 9 yıllık dönemde ihracatın ithalâtı karşılama oranı yıllık ortalama yüzde 73,6 olarak gerçekleşmiştir. Yani yapılan her 100 dolarlık ithalât karşılığında ancak yaklaşık 74 dolarlık ihracat yapılabilmiştir.

Dış ticaret bakımından yaşamsal bir konu, yerli ürünlerin yabancı ürünler karşısında iç ve dış piyasada rekabet edebilmesidir. Rekabet gücünün artırılmasında teknolojik gelişme önemli bir işleve sahiptir. Ne yazık ki, daha önce de gördüğümüz üzere, Türkiye yüksek-teknolojili üretimin gerçekleştirilmesi yolunda pek başarılı olamamıştır. 2021 yılındaki sanayi ihracatının yüzde 63,6’sı düşük ve orta-düşük teknoloji kullanılarak üretilmiş olan ürünlerden oluşmuştur. 2002 sonrasında, orta-yüksek teknolojili ürünlerin payı yüzde 24,3’ten yüzde 34,5’e yükselirken yüksek teknolojili ürünlerin payı yüzde 6,2’den yüzde 3,0’e düşmüştür. Bu dönemde, tekstil gibi geleneksel ihraç ürünlerinde rekabet gücü azalan Türkiye, orta ve orta-yüksek teknolojili ürün üretim ve ihracatını bu kaybı telafi edecek ölçüde geliştirememiştir.

Türkiye’nin 2013-2021 yıllarını içeren 9 yıllık dönemdeki dış ticaretinin bölgesel dağılımı Tablo 8.4’de verilmiştir. En büyük dış ticaret ortağımız Avrupa Ülkeleridir; bu dönemde, Türkiye ihracatının 54,6’sını satın almış ve Türkiye ithalâtının yüzde 50,7’sini satmışlardır. Türkiye’nin ikinci büyük ticaret ortağı bölge Asya Ülkeleridir. Asya Ülkelerinin ihracatımızdaki payı yüzde 28,3, ithalâtımızdaki payı yüzde 31,7 olarak gerçekleşmiştir.

Aynı dönemde, Türkiye’nin Avrupa’ya olan ihracatının yüzde 80’i 27 Avrupa Birliği (AB) ülkesine ve Asya’ya olan ihracatının yüzde 74’den fazlası Yakın ve Orta Doğu ülkelerine gitmiştir. Bu iki grubun Türkiye’nin toplam ihracatı içindeki payı yüzde 61 dolayındadır. İhracatımızda AB dışındaki Diğer Avrupa Ülkelerinin payı 14,4% ve Yakın ve Orta Doğu dışındaki Diğer Asya Ülkelerinin payı yüzde 7,5’dir. Kuzey Afrika ve Kuzey Amerika’nın payları aynıdır, yüzde 5,8.

**Tablo 8.4: Türkiye’nin dış Ticaretinin Ülke Gruplarına Göre Dağılımı, 2013-2021 (%)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **İhracat** | **İthalat** |
| **AVRUPA ÜLKELERİ** | **54,6** | **50,7** |
|  27 Avrupa Birliği (AB) Ülkesi | 40,2 | 34,1 |
|  Diğer Avrupa Ülkeleri | 14,4 | 16,6 |
| **KUZEY AFRİKA ÜLKELERİ** | **5,8** | **1,7** |
| **KUZEY AMERİKA ÜLKELERİ** | **5,8** | **5,9** |
| **ASYA ÜLKELERİ**  | **28,3** | **31,7** |
|  Yakın ve Orta Doğu Ülkeleri  | 20,8 | 7,9 |
|  Diğer Asya Ülkeleri  | 7,5 | 23,8 |
| **DİĞER ÜLKELER** | **5,5** | **10,0** |
| **Toplam** | **100,0** | **100,0** |

Kaynak: TÜİK

Söz konusu 9 yıllık dönemde, Türkiye’nin ithalâtında Avrupa’nın payı yüzde 50,7 ve Asya’nın payı yüzde 31,7’dir. Türkiye’nin Avrupa’dan ithalâtının çoğu 27 AB ülkesinden yapılmıştır. Bu ülkelerin toplam ithalât içindeki payı yüzde 34,1 olmuştur. AB dışındaki Diğer Avrupa Ülkelerinin ithalâtımızdaki payı yüzde 16,6 olarak gerçekleşmiştir. İthalatımızda Yakın ve Orta Doğu ülkelerinin payı yüzde 7,9% ve diğer Asya Ülkelerinin payı yüzde 23,8 olarak kaydedilmiştir. Türkiye’nin 27 AB ülkesi ve Yakın ve Orta Doğu Ülkeleri ile olan ticaret dengesi arasında benzerlik vardır; her iki ülke grubunun ihracatımızdaki payları ithalâtımızdaki paylarından yüksektir. Türkiye’nin Diğer Avrupa ülkeleriyle olan ticareti ile Diğer Asya ülkeleriyle olan ticareti arasında da tersi yönde bir benzerlik vardır; bu iki ülke grubunun ithalâtımız içindeki payı ihracatımızdan daha yüksektir. Yani Türkiye 27 Avrupa Ülkesi ve Yakın ve Orta Doğu Ülkeleri ile olan ticaretinde Diğer Avrupa ve Diğer Asya ülkeleriyle olan ticaretine göre daha az açık vermektedir.

 2013-2021 döneminde, Türkiye’nin ithalâtında Kuzey Amerika’nın payı yüzde 5,9 ve Kuzey Afrika’nın payı yüzde 1,7 olmuştur.

Ülkeler bazında Türkiye’nin en büyük ticari ortağı Almanya’dır. Almanya’nın 2013-2021 dönemi toplam dış ticaret hacmimiz (ihracat artı ithalât) içindeki payı yüzde 9,5 olmuştur. Almanya, ihracatımızdaki yüzde 9,5’lik payı ile birinci, ithalâtımızdaki yüzde 9,6’lık payı ile ikinci sırada yer almıştır. Almanya’yı Çin ve Rusya izlemektedir. Dış ticaret hacmimiz içinde Çin’in payı yüzde 6,8, Rusya’nın payı yüzde 6,6 olmuştur. Türkiye’nin Almanya ile ticaretinin diğer iki ülke ile olan ticaretinden temel farkı, Almanya ile olan ticaretin daha az dengesiz olmasıdır. Türkiye Rusya ve özellikle de Çin karşısında çok yüksek oranda dış ticaret açığı vermektedir. Söz konusu 9 yıllık dönemde, Türk-Alman ticaretinde ihracatın ithalâtı karşılama oranı yüzde 73 iken, bu oran Rusya ilen ticarette yüzde 20 ve Çin ile olan ticarette yalnızca yüzde 12’dir. Türkiye’nin diğer önemli dış ticaret ortağı ülkeler şunlardır: ABD, İtalya, Birleşik Krallık, Fransa, İran, İspanya ve Irak.

Tablo 8.5 Türkiye ihracatının geniş ekonomik mal gruplarına göre bileşiminin 1996-2021 yılları arasında nasıl değiştiğini ortaya koymaktadır. Dönem boyunca imalât sanayi ürünlerinin payı artmaya, tarım ürünlerinin payı azalmaya devam etmiştir. 2021’de; ihracatın 94,5’i imalât sanayi ürünlerinden, yüzde 3,2’si tarım ürünlerinden ve yüzde 1,8’i madencilik ürünlerinden oluşmuştur.

**Tablo 8.5: Türkiye’nin İhracat Yapısındaki Değişme (1996-2021, %)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **1996** | **2021** |
| **Tarım** | 9.4 | 3.2 |
| **Madencilik ve Taş Ocakçılığı** | 1.6 | 1.8 |
| **İmalât Sanayi** | 88.4 | 94.5 |
| **Diğer** | 0.7 | 0.5 |
| **Toplam** | 100.0 | 100.0 |

Kaynak: TÜİK

1996 yılında en yüksek ihracatın gerçekleştiği iki sektör deri ve hazır giyim ile tekstildir; toplam ihracatın sırasıyla yüzde 24,6 ve yüzde 18,6’sı ve toplamda yüzde 43,2’si bu sektörlerde gerçekleşmiştir. 2020 yılında en fazla ihracatın gerçekleştiği iki sektör ise yüzde 14,8 ile motorlu araçlar ve römorklar ve yüzde 13,7 ile makine ve ekipman olmuştur. Bu iki sektörün toplam payı 1996’dan 2020’ye yüzde 14,2’den yüzde 28,5’e yükselirken; deri ve hazır giyim ile tekstilin toplam payı yüzde 43,2’den yüzde 17,4’e düşmüştür. Yukarıda belirtilen sektörler dışındaki diğer önemli ihracatçı sektörler şunlardır: ana metaller, kimya ve kimyasal ürünler ve kauçuk ve plastik.

Son 20 yılda, üretim aşamasındaki konumlarına göre üç önemli mal grubunun toplam ithalât içindeki payları şöyledir: ara malları yüzde 66-77, tüketim malları yüzde 9-14 ve sermaye malları (yatırım malları) yüzde 13-21. İthalâtın üç ana ekonomik sektöre göre dağılımı da şöyle gerçekleşmiştir: tarım yüzde 3-5, madencilik ve taş ocakçılığı yüzde 10-15 ve imalât sanayi yüzde 80. Ham petrol ithalâtı madencilik ürünleri ithalâtının önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

1. **Cari Hesap**

Ödemeler dengesinin ana kalemlerinden bir tanesi olan cari hesap mal ve hizmet dış ticareti, faktör gelirleri ve transferleri içermektedir. Türkiye, istisnai bazı yıllar dışında hep cari açık vermiş; yani döviz gelirleri döviz giderlerini karşılamamıştır. Cari açığın en önemli nedeni dış ticaret açığıdır. Türkiye mal ticaretinde açık, hizmet ticaretinde ise fazla vermektedir. Ancak, hizmet ticaretindeki fazla mal ticaretindeki açığı karşılamaya yetmediği için, toplam dış ticarette açık verilmektedir. Türkiye’nin hizmetlerdeki döviz geliri, özellikle yüksek turizm gelirleri nedeniyle döviz giderlerinden çoktur.

Gelirler; ücret ve faiz gelirleri ile kârları içerir. Türkiye’nin net gelirler dengesi açık vermektedir. Türkiye net borçlu olan bir ülkedir ve ülkedeki doğrudan yatırım stoku yerleşiklerin yurt dışındaki doğrudan yatırım stokundan daha büyüktür. Bu nedenle, yabancıların Türkiye’de elde ettikleri faiz gelirleri ve kârlar, yerleşiklerin yurt dışında elde ettiklerinden daha fazladır. Ayrıca, yerleşiklerin yurt dışında elde ettikleri ücret gelirleri, son zamanlarda yabancıların Türkiye’de elde ettiklerinin gerisinde kaldığından, ücretler dengesi de açık vermektedir.

Transferler, ülkeler arasında *bağış* ve *hibe* şeklinde yapılan tek taraflı işlemlerdir. Transferler hesabı genellikle fazla vermekle birlikte önemli bir büyüklükte değildir.

Türkiye’nin cari açığı 2000 öncesinde göreceli olarak düşüktü. 1990-1999 döneminde yıllık ortalama cari açık 1,3 milyar dolar ve milli gelirin yüzde 1’i dolayında idi. Artan dış ticaret açığıyla birlikte, ortalama yıllık cari açık hızla yükselerek 2000-2009 döneminde 16,8 miyar dolara ve 2010-2022 döneminde yaklaşık 34 milyar dolara yükseldi. Cari açık 2011 yılında rekor düzeye ulaştı; 74,4 milyar dolar ve milli gelirin yaklaşık yüzde 9’u.

Türkiye’nin dış ticaret açığını ve dolayısıyla da cari açığını etkileyen üç önemli değişken şunlardır: büyüme hızı, üretimin ithalâta bağımlılığı ve dış ticaret hadleri. Ekonomik büyüme hızı ile cari açık arasında yakın bir ilişki vardır; cari açık, büyüme hızlandığında artmakta, büyüme yavaşladığında ya da kriz zamanlarında daralmaktadır.

Türkiye’de üretimin ithalâta bağımlılığı özellikle son 20 yılda artma eğilimindedir. Üretimde kullanılan ithal girdilerin payı yükselmiştir. Bu eğilim, dış ticaret açığı ve dolayısıyla cari açık ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi güçlendirmiştir. Yani, yüzde 1’lik bir büyüme eskisine göre daha yüksek diş ticaret açığına yol açmaktadır.

Dış ticaret hadleri kavramı, ithal edilen mallar ile ihraç edilen malların fiyatlarındaki göreceli değişmeyi göstermektedir. İthal edilen malların fiyatları ihraç edilen malların fiyatlarından daha hızlı arttığında dış ticaret açığı ve cari açık büyümektedir. Türkiye açısından, enerji girdilerinin, özellikle de ham petrolün fiyatı büyük önem taşımaktadır. Ham petrol fiyatlarındaki artış dış ticaret açığını ve cari açığı büyütmektedir.

1. **Dış Açığın Finansmanı**

Daha önce de belirttiğimiz üzere, cari açığın finansmanında kullanılan yabancı kaynaklar üç başlık altında toplanabilir: doğrudan yabancı yatırımlar (DYY), portföy yatırımları (PY) ve diğer yatırımlar (DY).

DYY miktarı yabancı yatırımcıların Türkiye ekonomisine ilişkin uzun vadeli beklentileri tarafından belirlenmektedir. Diğer iki dış yatırım türü olan PY ve DY, büyük ölçüde, Amerikan Merkez Bankası FED, Avrupa Merkez Bankası (AMB) ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının (TCMB) uyguladıkları para politikalarına bağlıdır. FED ve AMB’nin uyguladıkları genişlemeci para politikaları uluslararası piyasalarda likiditeyi artırdığından dolar ve euro üzerindeki faizleri düşürmekte ve Türkiye’ye sermaye girişlerini artırmaktadır. Bu iki büyük merkez bankasının daraltıcı para politikası uygulamaları durumunda, uluslararası finansal piyasalarda faiz oranları yükselmekte ve Türkiye’ye sermaye girişinin cazibesi azalmaktadır. Öte yandan, TCMB’nin uyguladığı para politikaları lira üzerindeki faiz oranlarının en önemli belirleyicisidir. Türkiye’ye spekülatif sermaye girişleri ise yabancı yatırımcıların kâr beklentileri tarafından belirlenmektedir. Yabancı yatırımcıların beklenen kârı da beklenen döviz kuruna ve lira üzerindeki faiz oranına bağlıdır.

2010-2021 yıllarını kapsayan 12 yıllık dönemde Türkiye’ye toplam net yabancı sermaye girişi 397 milyar dolardır. Bu tutarın yaklaşık yüzde 67’si yani 266 miyar doları, FED’in genişlemeci para politikaları uyguladığı ilk dört yılda (2010-2013) gelmiştir. Dönemin bütününde toplam sermaye girişlerinin yüzde 30’u DYY ve geri kalan yüzde 70’i de PY ve DY’nin toplamı şeklinde gerçekleşmiştir. Toplam sermaye girişlerinin yüzde 69’u borç yaratan girişlerdir ve geri kalan yüzde 31’i ise DYY ile portföy yatırımlarının hisse alımına yönelik olan kısmının toplamından oluşmaktadır. Sermaye hareketleri son derecede oynaktır ve sermaye girişlerinin çok büyük bir kısmı kısa vadeli yükümlülükler yaratan, spekülatif karakterli yatırımlardır. PY ve DY, doğrudan yatırımlara göre çok daha istikrarsızdır. Bu iki yatırım türünün yüksek derecedeki oynaklığı kısa vadeli ve spekülatif karakterde olmalarından ve uluslararası piyasalardan değişikliklere karşı aşırı duyarlı olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, dış açığın finansmanında PY ve DY türü dış yatırımlara bağımlılık kriz potansiyelini artırmaktadır. DYY, uzun vadeli ve daha istikrarlı bir yabancı yatırım türüdür ve PY ve DY’nin tersine, kısa vadeli yükümlülük yaratmaz. Bu yüzden, DYY, cari açığın finansmanında, diğer iki yatırım türüne göre daha güvenilir, daha sürdürülebilir ve daha az risklidir.

PY ve DY’deki yüksek oynaklık döviz kurunda istikrarsızlığa yol açmaktadır. Yabancı sermaye girişlerindeki yükselme döviz arzını artırmakta lirayı değerlendirmektedir. Girişlerin durması ya da tersine dönmesi durumunda ise, döviz arzı azaldığından, lira değer kaybetmektedir. Liranın değerlenmesi ithalâtı artırıcı ihracatı caydırıcı etki yapmaktadır. Bu durumda, cari açığın finanse ediliş biçimi ithal girdi kullanımını yerli girdiler aleyhine artırmakta ve ekonomik büyümenin yabancı kaynak girişine olan bağımlılığını artırarak cari açığı daha da büyütmektedir. Öte yandan, liradaki yüksek değer kaybı, ithal girdi fiyatlarını yükselterek ekonomide enflasyonist baskı yaratmaktadır.

Kayıtlı sermaye girişlerine ek olarak, 2010-2021 döneminde Türkiye’ye 22 milyar dolarlık bir kayıtsız sermeye girişi olmuştur. Bu girişlerin çoğunun yasa dışı sermaye hareketlerinden, kalan kısmının da veri toplamadaki gecikme ve aksaklıklardan kaynaklandığı sanılmaktadır. Bu girişler de dikkate alındığında, toplam net giriş 419 miyar dolara ulaşmaktadır. Giren toplam sermayenin 401 milyar doları cari açığın finansmanında kullanılmış ve geriye kalan 17 milyar dolar kadar rezerv artışı gerçekleşmiştir.

1. **Dış Borçlar**

Cari açığın çoğu dış borç yaratan sermaye girişleri ile finanse edildiğinden, Türkiye’nin dış borçları hem miktar ve hem de milli gelire oranla artmıştır. 1989 yılında 44 milyar dolar olan toplam dış borç stoku, neredeyse kesintisiz olarak artarak 2017 yılında 451 milyar dolara ulaştıktan sonra dalgalı bir seyir izlemiş ve 2022’nin üçüncü çeyreğinde 443 milyar dolar olmuştur. Toplam dış borç stokunun milli gelire oranı ve bu oranın zaman içindeki değişimi dış borçluluğun daha iyi bir göstergesi olarak alınabilir. Toplam dış borç stokunun milli gelire oranı 1989 yılında yüzde 31’den 2020 yılında yüzde 60’a çıktıktan sonra 2022 yılının üçüncü çeyreği itibariyle yüzde 53’e gerilemekle birlikte, 1989-2022 döneminin bütününde söz konusu oranda 22 puanlık artış olmuştur. Öte yandan, dış borçların kamu ve özel sektör bileşiminde de önemli bir değişiklik olmuştur. 1989-2022 arasında kamu sektörünün toplam dış borç içindeki payı yüzde 85’ten yüzde 47’ye düşerken, özel sektörün payı yüzde 15’ten yüzde 53’e çıkmıştır. Ne var ki, kriz dönemlerinde kamu dış borçluluğunun yükseldiği normal dönemlerde ise azalmaya devam ettiği gözlenmektedir. Aynı dönemde, dış borçların vade yapısı da değişmiştir; kısa vadeli dış borçların toplam içindeki payı yüzde 13’ten yüzde 32’ye çıkmıştır. Kısa vadeli borçların payındaki artış, dış borç finansmanını güçleştiren bir olgudur.

* 1. **SONUÇ**

Türkiye ekonomisi iki temel sorununu aşamamıştır: tasarruf yetersizliği ve döviz açığı. Bu iki açığı yabancı sermaye girişleriyle finanse etmenin getirdiği risk ve belirsizlikler baş etmeye çalışmıştır. Yabancı sermayeye erişimi etkileyen uluslararası ekonomik koşullardaki belirsizlik devam etmektedir. Ayrıca, dövizin yokluğu da bolluğu da Türkiye ekonomisini krize itme potansiyeline sahiptir. Bu koşullar altında, söz konusu iki açığı ortadan kaldıramayan hükümetler, uluslararası gelişmelerin ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini sınırlandırmaya ve ekonominin dayanıklılığını artırmaya çalışmaktadırlar.

 Türkiye ekonomisi 20’nci yüzyılın başında olduğundan daha öngörülebilir değildir. Ekonomik büyüme hâlâ yabancı sermaye girişine bağlıdır. Yabancı sermaye girişleri 2013 sonrasında azalma eğilimindedir ve Hükümet bu azalışı özellikle 2017’den itibaren içeride para arzını artırarak dengelemeye çalışmıştır. Parasal genişlemeye son yıllardaki negatif faiz politikası da eklenince liranın değer kaybı hızlanmış ve enflasyon yükselmiştir. Ekonomik büyümede istikrarsızlık artmıştır. Ekonomi, işsizlik oranını azaltacak kadar yeni istihdam (iş) yaratamamaktadır. Kamu maliyesi ve özel sektör finansmanında bozulma vardır, ekonominin teknolojik düzeyi ve rekabet gücü yetersizdir ve genel borçluluk artmaktadır.

 Türkiye ekonomisinin geleceği, büyük ölçüde, ekonomi politikalarının genel teknolojik düzeyin geliştirilmesinde ve tasarrufların artırılmasında, böylelikle verimliliği artırma ve yabancı kaynak girişine bağımlılığı azaltmadaki başarısı tarafından belirlenecektir. Verimlilik artışı için Türkiye, araştırma ve gelişmeye ve sabit sermaye yatırımlarına daha çok kaynak ayırmak durumundadır.