

“Zamanımız tamamen bir
iktisat çağından başka bir şey
değildir.”

Mustafa Kemal Atatürk

İKT 104 GENEL İKTİSAT

Öğr. Gör. Dilara Demirez

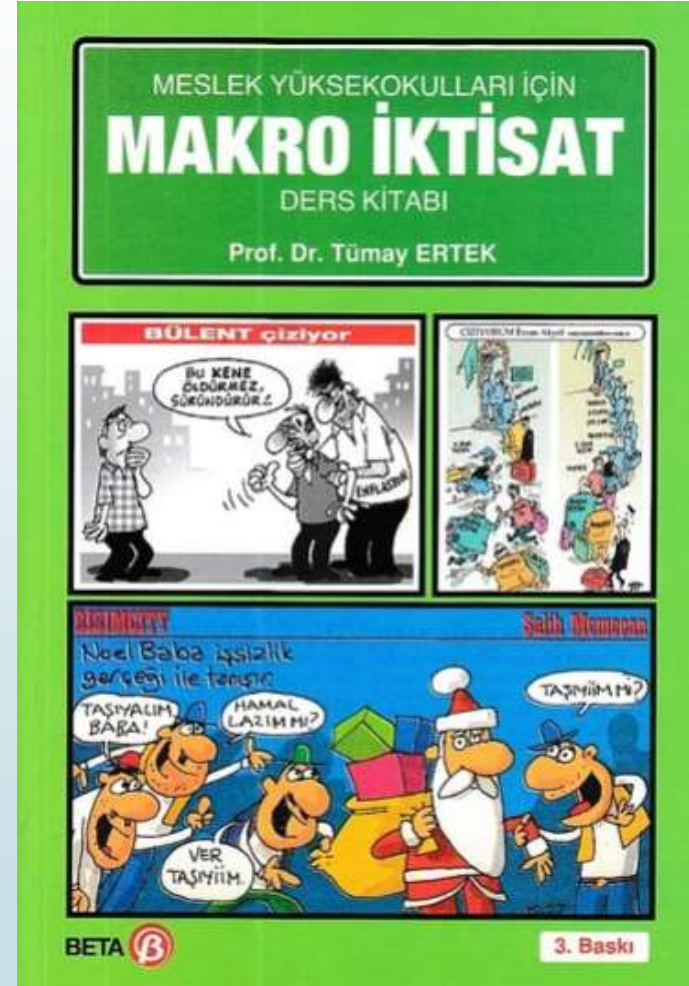
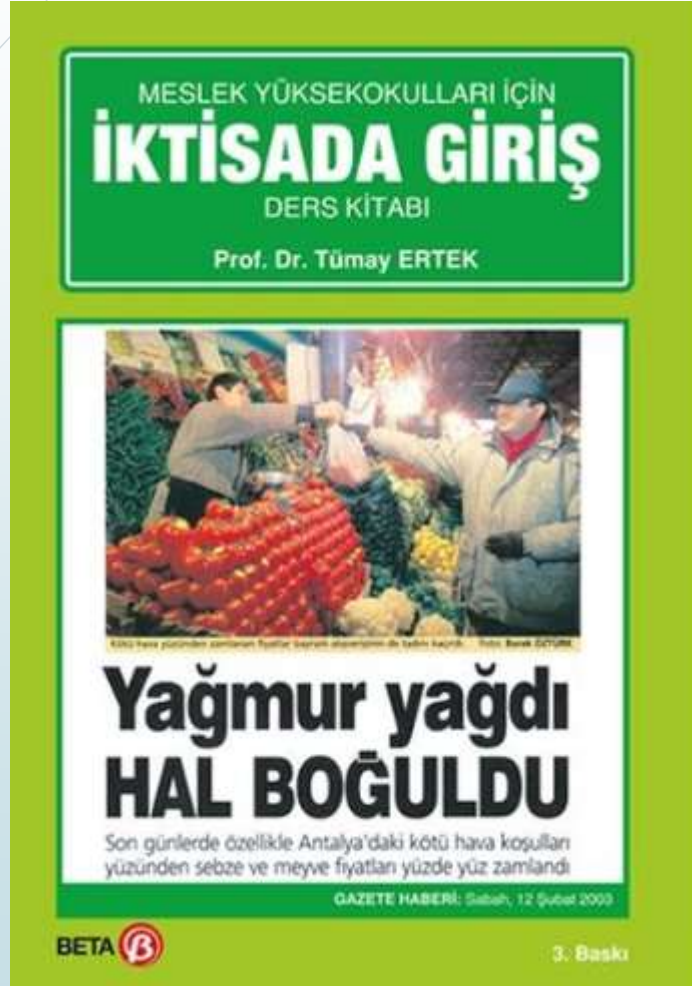
[dilarademirez@cag.edu.tr](mailto: dilarademirez@cag.edu.tr)

Ders notları sistemden indirilebilir.

Vize %40 Final %60

Görüşme saatleri: Pazartesi & Çarşamba & Perşembe 14:00-16:00.

Kaynaklar:



5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Tüketici Kuramına Giriş

- Önceki konularda;
 - arz ve talebin genel esasları, esneklikleri,
 - fiyat sisteminin işleyişi,
 - denge fiyatının oluşumunu inceledik.
- Bu bölümde;
 - ekonomideki birimlerin davranışları ve
 - onların bir tüketici olarak seçimleri tartışılacaktır.

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Tüketici Kuramına Giriş

- Ekonomik aktiviteler, firma ve tüketicilerin yer aldığı iki piyasada sürdürülmektedir.
- Bu piyasalar;
 - mal ve hizmetlerin alınıp satıldığı **mal piyasası** ve
 - firmaların talep ettikleri üretim faktörleriyle çıktı üretip sattığı **faktör piyasası**dır.

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

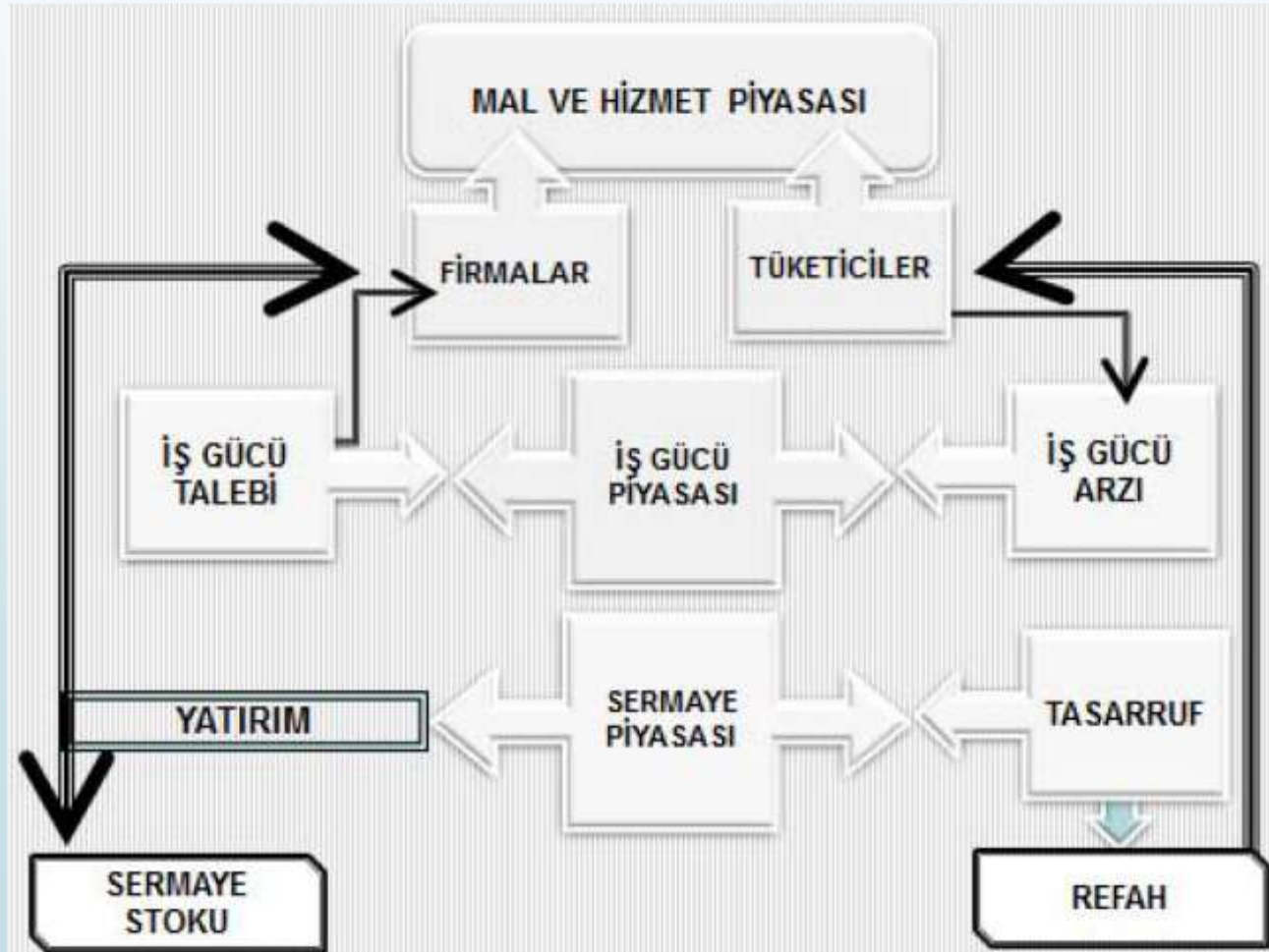
Tüketici Kuramına Giriş

- Talebin oluşmasında tüketici davranışı, arzın oluşmasında firma davranışı etkilidir.
- Tüketici davranışı azalan marjinal fayda teorisine, firma davranışı ise artan marjinal maliyet teorisine dayanır.
- Şema 5.1 'de tüketici ve firma davranışları oklar yardımıyla gösterilmiştir.

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Tüketici Kuramına Giriş

Şema 5.1. Tüketici ve Firma Kararları



5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Tüketici Kuramına Giriş

- Şemada, çıktı piyasası olarak adlandırdığımız **mal ve hizmet piyasasında**, hane halkı (tüketici aileler) **üç temel seçim** yapmak durumundadırlar.
 - Ne kadar çıktı talep edecekler?
 - Ne kadar iş gücü arzında bulunacaklar?
 - Günlük ne kadar harcayacaklar ve gelecekle için ne kadar tasarrufta bulunacaklar?

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Marjinal Fayda ve Tüketici Dengesi

- Tüketiciler mal ve hizmet satın alıp tüketerek ihtiyaçlarını karşılarlar ve bundan mutluluk duyarlar.
- Tüketicilerin bir mal veya hizmeti satın alıp tüketmesi sonucu elde edeceği mutluluğa ekonomide **fayda** denilmektedir.
- **Belirli bir noktaya kadar**, bir mal veya hizmetin tüketimi arttıkça, o mal veya hizmetin tüketiminden elde edilen mutluluk (fayda) da artar.

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Toplam Fayda ve Marjinal Fayda

- Bir mal veya hizmetten belli bir miktarda tüketildiği zaman elde edilen faydaya **toplam fayda** (total utility= TU) denir.
- Bir mal veya hizmetten bir birim fazla veya bir birim az tüketildiği zaman toplam faydada meydana gelecek **değişmeye marjinal fayda** (marginal utility= MU) denir.

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Toplam Fayda ve Marjinal Fayda

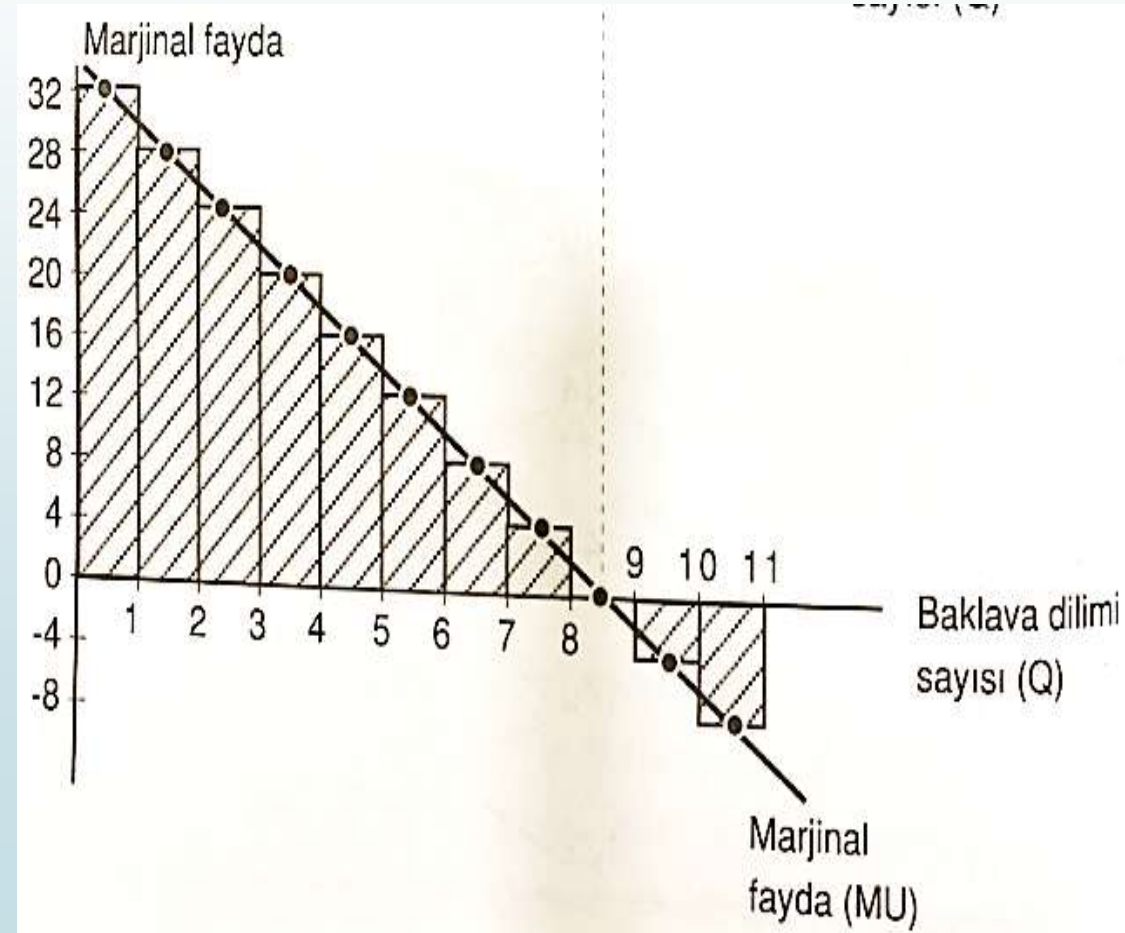
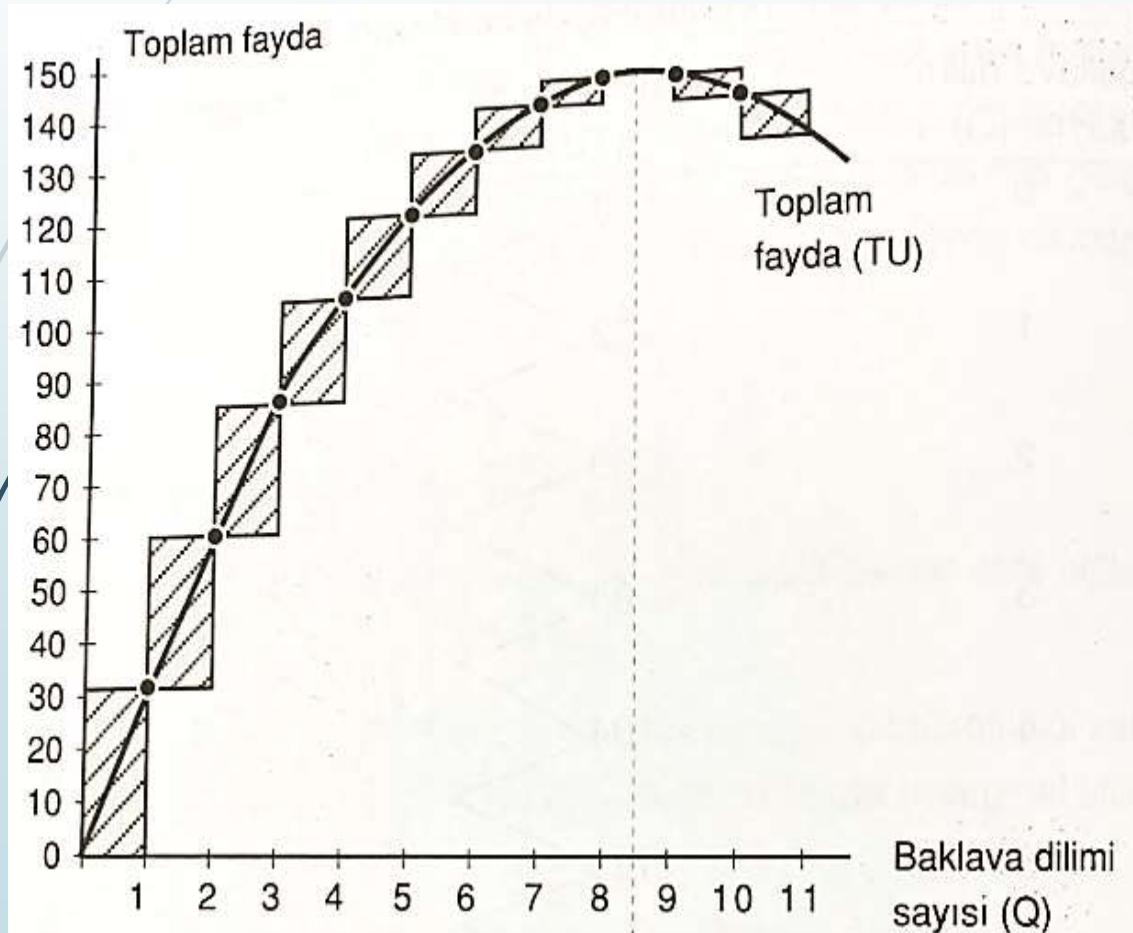
► Örnek:

Tablo 6.1. Toplam Fayda ve Marjinal Fayda

Baklava dilimi sayısı (Q)	Toplam fayda (TU)	Marjinal fayda (MU)
0	0	32
1	32	28
2	60	24
3	84	20
4	104	16
5	120	12
6	132	8
7	140	4
8	144	0
9	144	-4
10	140	-8
11	132	

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Toplam Fayda ve Marjinal Fayda



5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

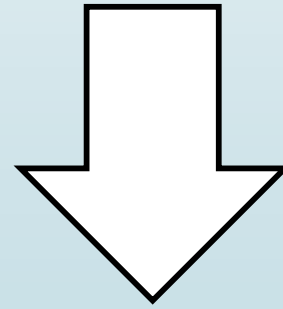
Azalan Marjinal Fayda Kanunu

- Bir mal veya hizmet tüketiminde, her ilave birimden daha az fayda elde edilmesi durumuna **Azalan Marjinal Fayda Kanunu** denir.
- Önceki örnekte de, marjinal fayda kanununa göre ilk baklava diliminden başlayıp, her ilave dilimde marjinal fayda azalmakta, bir noktada sıfır olmakta, ondan sonra da negatife geçmektedir.

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Tüketici Dengesi

- Tüketici, gelirini nasıl harcarsa, yani mal ve hizmet piyasalarından hangi miktarda mal veya hizmet satın alıp tüketirse, elde edeceği toplam fayda maksimum olacaktır?



Tüketici Dengesi

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Tüketici Dengesi

Tüketici;

- Sınırlı miktardaki geliri,
- Piyasadaki fiyatlar ve
- Tercihleri

Çerçevesinde kendisini en mutlu edecek (toplam faydasını maksimum yapacak) mal ve hizmetleri satın alıp tüketir.

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Tüketici Dengesi

- **Örnek:** Ayşe isminde bir tüketiciyi ele alalım ve aşağıdaki varsayımlarda bulunalım:
 - Ayşe bir firmada çalışmakta ve ayda 270 TL maaş almaktadır.
 - Ayşe maaşıyla çeşitli mal ve hizmetler satın alabilir. A ve B malları olarak sınırlayacağız. A malının birim fiyatı=60 TL, B malının birim fiyatı=30 TL'dir.

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Tüketici Dengesi

► Örnek:

Tablo 6.2. Ayşe'nin A ve B Mallarının Tüketiminden Elde Edeceği Toplam ve Marjinal Faydalar

A Malı				B Malı			
Aylık miktar (Q_A)	Toplam fayda (TU_A)	Marjinal fayda (MU_A)	$\frac{(MU_A)}{(P_A=60)}$	Aylık miktar (Q_B)	Toplam fayda (TU_B)	Marjinal fayda (MU_B)	$\frac{(MU_B)}{(P_B=30)}$
0	0	300	5,0	0	0	750	25
1	300	200	3,3	1	750	450	15
2	500	150	2,5	2	1200	300	10
3	650	100	1,7	3	1500	200	6,7
4	750	80	1,3	4	1700	100	3,3
5	830	60	1,0	5	1800	50	1,7
6	890	40	0,7	6	1850	30	1,0
7	930	30	0,5	7	1880	20	0,7
8	960	20	0,3	8	1900	0	0,0
9	980	10	0,2	9	1900	0	0,0
10	990	10	0,2	10	1880	-20	-0,7

$$(60 \cdot 2) + (30 \cdot 5) = 270$$

A ve B malından satın alarak toplam ödediği tutar 270 TL.

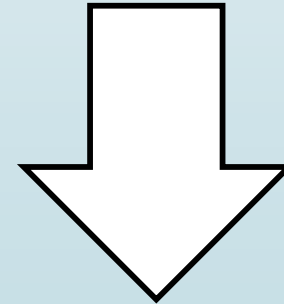
$$500 + 1800 = 2300$$

A ve B malından elde edilen toplam fayda 2300 birim.

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Değer Paradoksu

- Su gibi, insan hayatı için çok önemli ve gerekli bazı malların fiyatlarının düşük, buna karşın elmas gibi insan hayatı için o kadar önemli ve gerekli olmayan bazı malların fiyatlarının yüksek olması



Değer paradoksu

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Değer Paradoksu

- Doğada su boldur ve arzı fazladır. Arz ve talebin kesiştiği yerde denge fiyatı düşük, miktarı fazladır.
- Tüketicilerin su tüketiminden elde ettikleri toplam fayda çok büyük olmasına karşın, çok miktarda su tüketildiği için, tüketilen son birimin sağladığı fayda oldukça düşüktür (azalan marjinal fayda).

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Değer Paradoksu

- Elmas ise doğada çok azdır. Arz ve talebin kesiştiği noktada **denge fiyatı çok yüksek, miktarı azdır.**
- Elmastan elde edilen toplam fayda suyunkinden çok daha az olmasına rağmen, miktarı az olduğundan son biriminden sağlanan **marjinal faydası suyunkinden daha fazladır.**

5. TÜKETİCİ DAVRANIŞI TEORİSİ

Değer Paradoksu

