

“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:



7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Piyasa Yapıları

- Firmaların piyasalarda nasıl davranacağı, piyasa yapısı ile yakından ilişkilidir.
- Piyasalar yapılarına göre 4 ana gruba ayrılırlar:
 - 1. Tam rekabet piyasası
 - 2. Monopol (tekel) piyasası
 - 3. Monopolcü (tekelci) rekabet piyasası
 - 4. Oligopol piyasası

Eksik
rekabet
piyasaları

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Tam Rekabet Piyasasının Özellikleri

- ➡ **1. Piyasada Çok Sayıda Alıcı ve Satıcının Bulunması:**
 - ➡ Örneğin, pirinç piyasasında çok sayıda alıcı ve satıcı vardır. Herhangi bir pirinç üreticisi veya pirinç alıcısı piyasada oluşan pirinç fiyatını tek başına etkileyemez. Tam rekabet piyasasında bir firma piyasada oluşan fiyatı veri kabul eder ve o fiyattan istediği miktarda mal satabilir.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Tam Rekabet Piyasasının Özellikleri

►2. Malın Homojen Olması:

- Alıcılar, malın homojen olması nedeniyle satıcılar arasında bir ayırım yapmazlar.
- Mal homojen olduğu için bir tüketicinin piyasa fiyatından daha düşük veya bir üreticinin piyasa fiyatından daha yüksek bir fiyat talep etmesi mümkün değildir. Çünkü, piyasa fiyatından mal alacak çok sayıda alıcı, mal satacak da çok sayıda satıcı vardır.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Tam Rekabet Piyasasının Özellikleri

- ➡ **3. Alıcı ve Satıcıların Piyasaya İlişkin Tam Bilgiye Sahip Olması:**
 - ➡ Örneğin, aynı pirincin bir satıcı kilosunu 1,5 TL'ye satarken bir başkası 1,2 TL'ye satıyorsa ve alıcı bundan haberdar olmayıp 1,5 TL'den satın alırsa, bu piyasa ile ilgili tam bilgiye sahip olmadığını gösterir. Dolayısıyla düşük fiyatlı pirinç alınıp, yüksek fiyatlı olan düşürülmeye zorlanmayacağından piyasada tam rekabet gerçekleşmez.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Tam Rekabet Piyasasının Özellikleri

►4. Piyasaya Giriş ve Çıkışın Serbest Olması:

►Tam rekabet piyasasında bir firmanın piyasaya girmesine veya piyasadan çıkmasına ekonomik, yasal veya teknolojik bir engel bulunmamaktadır.

►*Gerçek hayatta tam rekabete en yakın piyasalar, tarım ve hayvan ürünleri ile ilgili piyasalardır.*

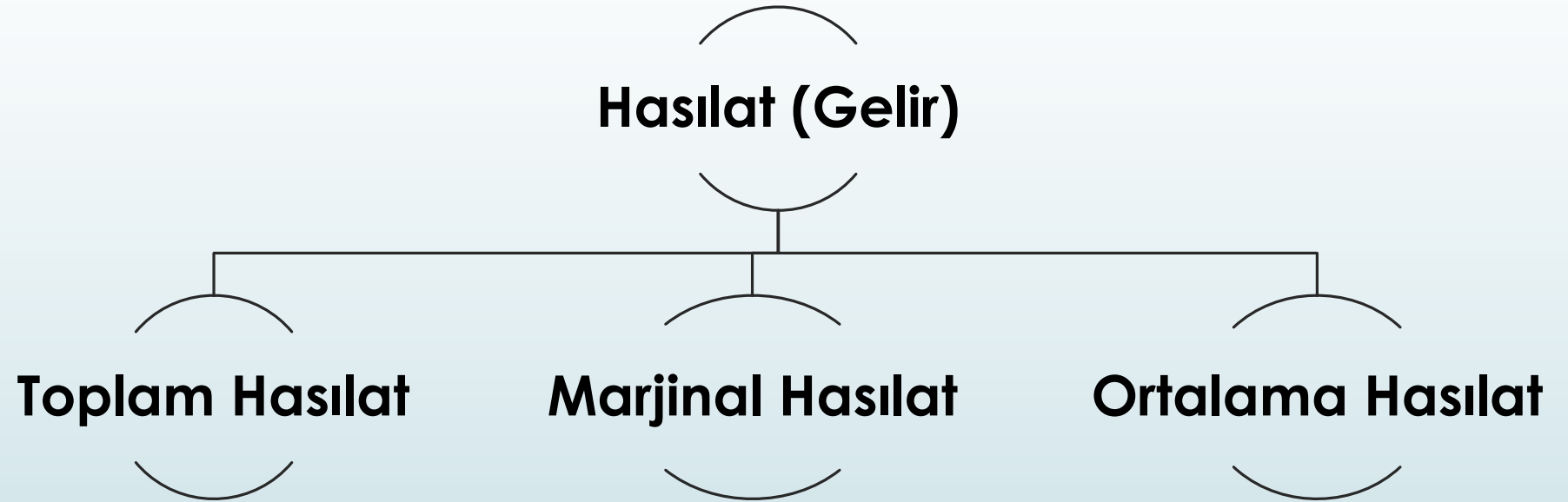
7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Tam Rekabette Firmanın Kısa Dönem Dengesi

- **Firmanın amacı** = Max. kara ulaşmak =
Üretim faaliyetinden max. Kar elde etmek.
- **Kar = Ekonomik kar** = Toplam hasılat –
Toplam maliyet
- **Toplam maliyet = Toplam ekonomik maliyet** = Açık maliyet + Örtük maliyet

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Tam Rekabette Firmanın Kısa Dönem Dengesi



- **Toplam hasılat (total revenue = TR):** Firmanın satışlarından elde ettiği brüt toplam gelir.
- **Marjinal hasılat (marginal revenue = MR):** Firmanın 1 birim daha mal üretilip satması sonucu toplam hasılatta meydana gelen artış.
- **Ortalama hasılat (average revenue = AR):** Firmanın satışlarından elde ettiği birim başına ortalama hasılat.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Tam Rekabet Piyasası ve Firma

- Tam rekabet piyasasında çok sayıda alıcı ve satıcı bulunur.
- Piyasa talebi $\Rightarrow$ Çok sayıda **alıcının** belli bir zamanda değişik fiyatlarda almayı düşündüğü miktarları gösterir.
- Piyasa arzı $\Rightarrow$ Çok sayıda **satıcının** belli bir zamanda değişik fiyatlarda satmayı düşündüğü miktarları gösterir.
- Arz ve talep birlikte $\Rightarrow$ Piyasa fiyatını belirler.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

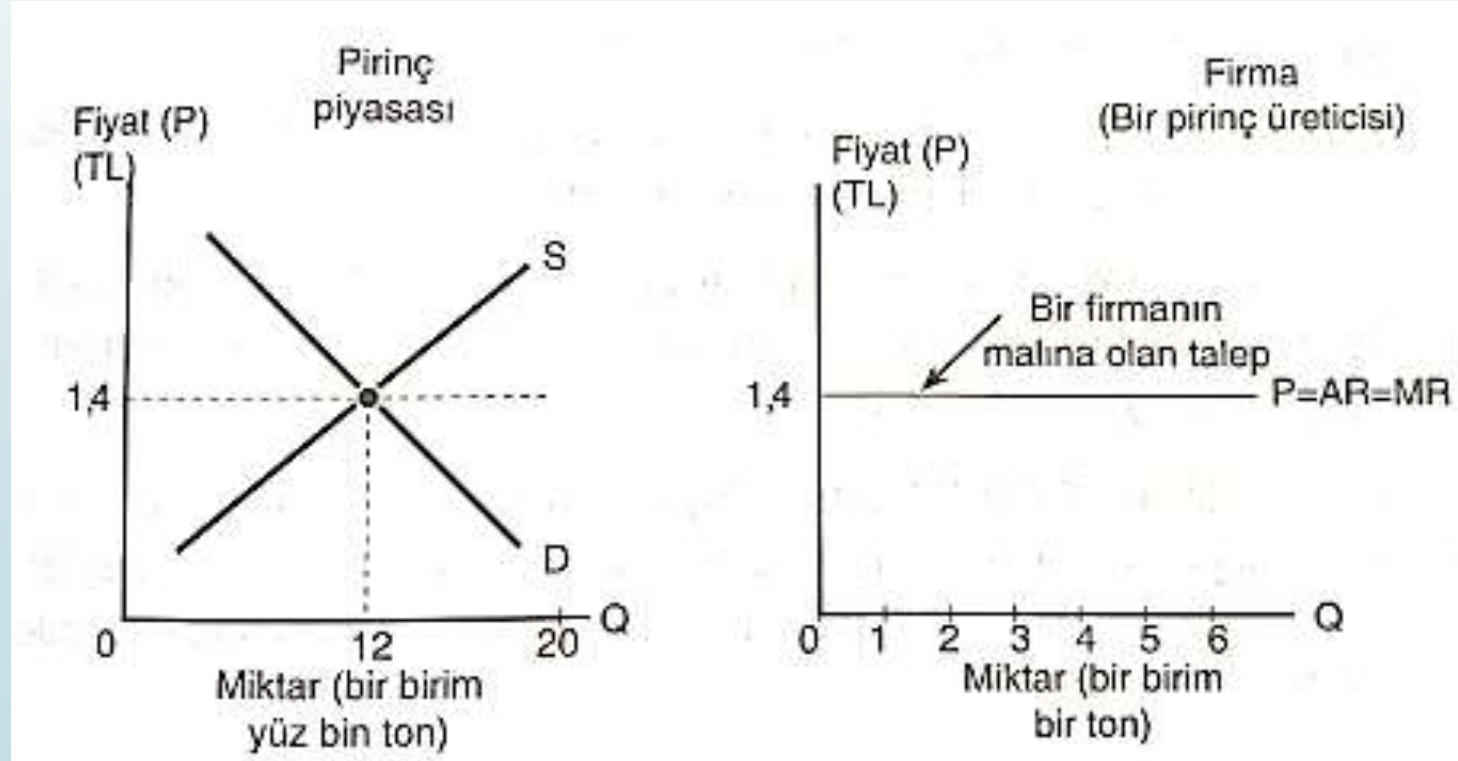
Tam Rekabet Piyasası ve Firma

- Piyasada fiyat belirlendikten sonra herhangi bir alıcı veya satıcı bu fiyatı değiştiremez, fiyatı veri kabul eder ve bu fiyattan istediği kadar alır veya satar. Bu nedenle firmanın malına olan talep **sonsuz esnekliktedir**.
- Bir firmanın piyasadaki payı o kadar küçüktür ki o firma ne kadar üretip satarsa satsın piyasaya arz edilen toplam miktarı ve piyasa fiyatını etkileyemez.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Tam Rekabet Piyasası ve Firma

- Tam rekabet piyasasında fiyatın belirlenmesi ve bir firmanın malına olan talep:



7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Tam Rekabette Firmanın Kısa Dönem Kar Maksimizasyonu

- Tam rekabet piyasasında bir firmanın kar maksimizasyonuna (karını en yüksek düzeye çıkarmasına) **firma dengesi** denir.
- **Kar Maksimizasyonu Kuralı:** Piyasa yapısı ne olursa olsun, bir firma karını maksimum yapabilmek için marjinal hasılatı(MR) ile marjinal maliyetinin(MC) kesiştiği (eşitlendiği) noktadaki miktarı üretmelidir.
- Karın sıfır olduğu noktaya **başabaş noktası** denir.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Tam Rekabette Firmanın Uzun Dönem Dengesi

- Piyasadaki rekabet uzun dönemde firmaları en düşük maliyet ve sıfır kar ile üretim yapmaya zorlar.
- **Sıfır kar olması**, firma sahiplerinin üretimden hiçbir gelir elde etmemesi anlamına gelmez. Firma sahipleri örtük maliyet adı altında kendi kaynaklarının kullanımı dolayısıyla, piyasa değerine göre normal bir kazanç, yani **normal kar** elde ederler. Ancak bu normal karın ötesinde bir ekonomik kar söz konusu değildir.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopol Piyasasının Özellikleri

- **Monopol piyasa**, bir malın arzının tamamen tek elden yapıldığı bir piyasa şekli olarak tanımlanabilir.
- Monopol, saf şekliyle uygulamada pek görülmez. Çünkü saf anlamda monopolde söz edebilmek için alım satım konusu olan malın ikame olanağının olmaması gerekir. Oysa her malın **zayıf bile olsa** ikamesi vardır.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopol Piyasasının Özellikleri

- Monopol (tekel) piyasası tek bir firmanın bulunduğu ve o firmanın üretip sattığı malın yerine kolayca ikame edilebilecek başka malların olmadığı piyasadır.
- Monopol için verilebilecek en iyi örnekler; elektrik, su, doğalgazı pazarlayan firmalardır.
- Birden fazla firmanın bulunduğu piyasalarda firmalar daha fazla kar amacıyla kendi aralarında anlaşıp monopol gücü yaratırlar.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopol Piyasasının Özellikleri

- **Kartel**, firmaların yaptıkları anlaşmalarla oluşturdukları birliktir.
- Uluslararası düzeyde kartel için en iyi örnek **OPEC**'tir. (Organization of Petroleum Exporting Countries = Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü)
- Monopolcü firmanın sattığı malın yerine kullanılabilecek ikame malların olmamasının yanı sıra, başka firmaların piyasaya girmesinde **kısıtlamaların olması** monopol piyasasının diğer önemli bir özelliğidir.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopol Piyasasının Özellikleri

Diğer firmaların monopol piyasasına girmesini önleyen en önemli kısıtlamalar:

► 1. Doğal Kısıtlamalar

- Doğal kısıtlamaların kaynağı ölçek ekonomileridir.
- Bir malın üretiminde, geniş bir üretim aralığında ölçek ekonomisi bulunuyorsa ve bir firma piyasanın tümüne en ucuz maliyetle mal üretip satabiliyorsa, o zaman iki veya daha fazla firmanın piyasaya girmesi yararlı olmayacaktır.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopol Piyasasının Özellikleri

Diğer firmaların monopol piyasasına girmesini önleyen en önemli kısıtlamalar:

► 2. Yasal Kısıtlamalar:

- A. Devletin verdiği işletme imtiyazı (*PTT, TEDAŞ, Şehir hattı vapurları, üniversite büfeleri örneği*)
- B. Devletin verdiği lisans (*Doktorluk, eczacılık, hakimlik, avukatlık meslek örgütleri örneği*)
- C. Patent (*üretim yapma izni (lisans)*)
- D. Telif hakkı (*kitap yazarı, besteci, ressama tanınan yasal hak*)

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopolde Kısa Dönem Denge Fiyatı ve Miktarı

- Monopol piyasasında sadece bir firma olduğundan **firmanın talep eğrisi ile piyasa talep eğrisi aynıdır.**
- Tam rekabet piyasasında firmanın malına olan talep yatay eksene paralel iken, monopol piyasasında **aşağı doğru eğimlidir.**
- Tam rekabet piyasasındaki bir firma için piyasa fiyatı veri olarak kabul edilirken, monopol piyasasında fiyatı monopolcü firma belirler.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

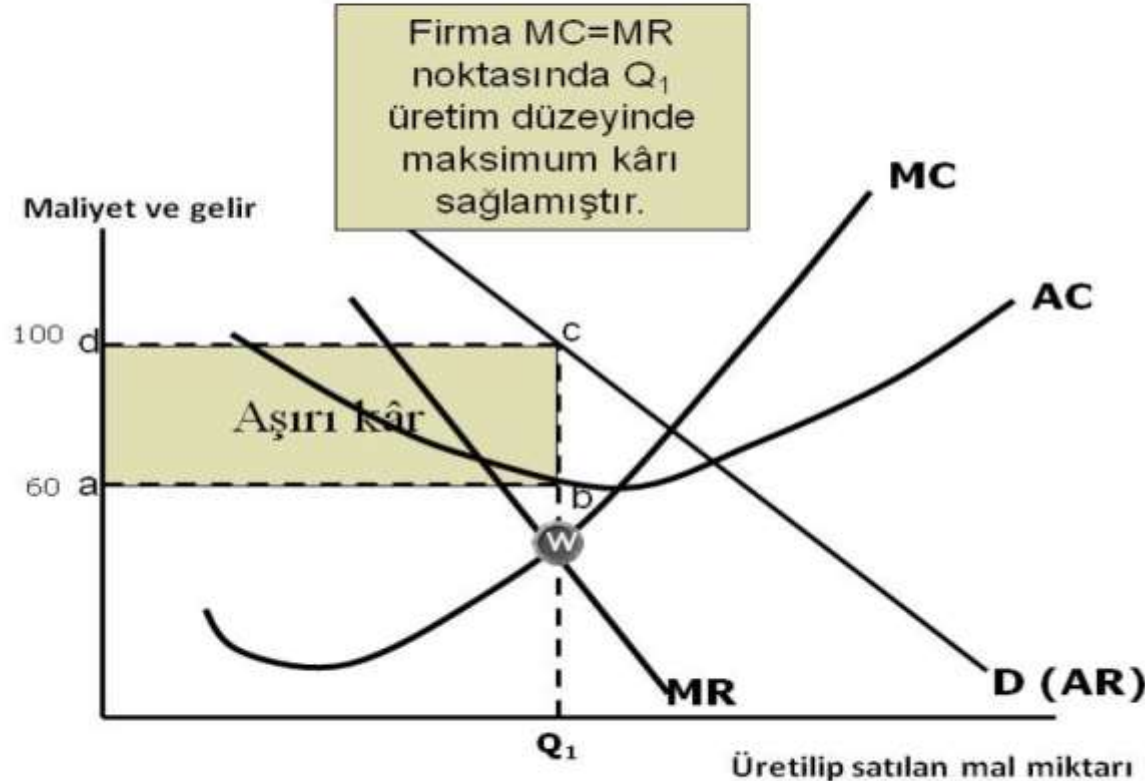
Monopolde Kısa Dönem Denge Fiyatı ve Miktarı

- Monopolde talep eğrisi aşağı doğru eğimli olduğundan, monopolcü firmanın daha fazla mal satabilmesi için fiyatını düşürmesi gerekir.
- Monopol piyasasında arz eğrisi yoktur.
- Monopolcü firma **karını maksimum** yapacak şekilde üreteceği mal miktarını ve o miktara denk gelen fiyatı belirler.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopolcü Firmanın Uzun Dönem Denge Fiyatı ve Miktarı

Monopolde Denge



Satılan mal miktarının artması fiyatların düşmesi sonucu olduğundan her birim satış marjinal geliri azaltıcı etki yaracağından, MR eğrisi AR eğrisinin altında yer alır. Şayet firma ürettiği mal birimini Q_1 miktarında satarsa, 100 TL gelir sağlayacaktır. Bu düzeyde birim başına maliyet $AC=60$ TL olacağından birim başına 40 TL kâr elde edeceği anlamına gelir. Bu durumda toplam kâr; $40 \times Q_1$ kadar olacaktır.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopole Yöneltilen Eleştiriler

- Tam rekabet piyasasına kıyasla monopol piyasasında **üretim daha az, fiyat daha yüksektir.**
- Çok sayıda firmanın bulunduğu bir piyasada kartel türünde bir birlik oluşursa bir çeşit monopol ortaya çıkmış olur. Bu birlik oluşmasa, birçok firmanın yer aldığı piyasada rekabet olacaktır.
- **Monopolün kârı**, tam rekabet durumundaki kârı göre daha fazladır. Bu durum monopolcü firmanın lehine, tüketicilerin aleyhinedir.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopol ile İlgili Çözüm Önerileri

- 1. Hiçbir şey yapılmamasın.
- 2. Monopoller birbirleriyle rekabet eden iki veya daha fazla sayıda firmaya bölünsün.
- 3. Monopollerin ekonomik karlarının bir kısmı veya tamamı vergilendirilsin.
- 4. Monopollerin ürettiği mal miktarları ve uyguladığı fiyatlar düzenlensin.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopol Piyasasında Fiyat Farklılaştırması

- Aynı malın farklı alıcılara farklı fiyatlardan satılmasına **fiyat farklılaştırması** denir.
- Monopol piyasasında rastlanabileceği gibi oligopol ve monopolcü rekabet piyasasında da rastlanabilir.
- Amaç, farklı alıcıların farklı alım durumlarına göre farklı fiyatlar uygulayarak karı maksimum yapmaktır.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopol Piyasasında Fiyat Farklılaştırması

- Fiyat farklılaştırması satın alınan miktara ya da malın satıldığı piyasaya göre olabilir.
- **Satın alınan miktara göre fiyat farklılaştırması:**
Monopolcü firma malını satın alanlara aldıkları miktara göre farklı fiyat uygulayabilir.
Genellikle fazla miktarda alana daha düşük, az miktarda alana daha yüksek bir fiyat uygulanır.

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopol Piyasasında Fiyat Farklılaştırması

- **Malın satıldığı piyasaya göre fiyat farklılaştırması:**
Monopolcü firma maliyetlerinde değişiklik olmamasına rağmen, malını farklı piyasalarda farklı fiyatlardan satabilir.
- Bu tür fiyat farklılaştırması için şu 3 koşulun sağlanması gerekir:
 - Farklı alıcılar için talebin fiyat esnekliği farklı olmalı,
 - Toplam piyasa, farklı piyasalara bölünebilmeli,
 - Piyasalar birbirlerine karşı mühürlenmeli.

(iç piyasa-dış piyasa örneği)

7. TAM REKABET VE MONOPOL PİYASASI

Monopol Piyasasında Fiyat Farklılaştırması

- Malın satıldığı piyasaya göre fiyat farklılaştırması, iç ve dış piyasa ayrımı dışında aşağıda belirtilen şekillerde de olabilir:
 - Gelire göre fiyat farklılaştırması (*ameliyat örneği*)
 - Mevsime göre fiyat farklılaştırması (*havayolları örneği*)
 - Mal veya hizmetin kullanımına göre fiyat farklılaştırması (*sanayi-konut elektriği örneği*)
 - Yaşa göre fiyat farklılaştırması (*bilet fiyatı örneği*)
 - Markaya göre fiyat farklılaştırması
 - Bölgelere göre fiyat farklılaştırması (*üniversite harç örneği*)