

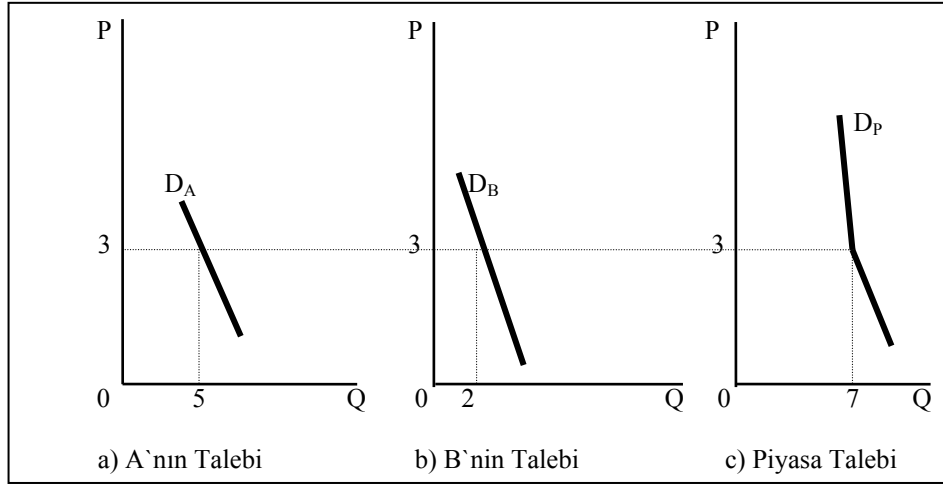
HANEHALKININ TERCİHLERİ	2
1. FAYDA VE TALEP	2
1.1. Bireysel Talep ve Piyasa Talebi	2
1.2. Hanehalkının Tüketim Tercihleri	2
1.2.1. Toplam Fayda, Marjinal Fayda ve Tüketim	4
1.3.2. Fayda Maksimizasyonu	6
1.3.3. Marjinal Fayda Kuramının Öngörülleri	7
1.3.4. Marjinal Fayda ve Reel Dünya	9
1.3.5. Marjinal Fayda Kuramına Eleştiriler	9
1.3.6. Marjinal Fayda Kuramının Bazı Çıkarımları	10
1.3.7. Tüketici Artığına Bir Uygulama: Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikası	11

# HANEHALKININ TERCİHLERİ

## 1. FAYDA VE TALEP

### 1.1. Bireysel Talep ve Piyasa Talebi

Tek bireyin talep miktarı ve fiyat ilişkisi bireysel talebi vermektedir (Şekil 1).

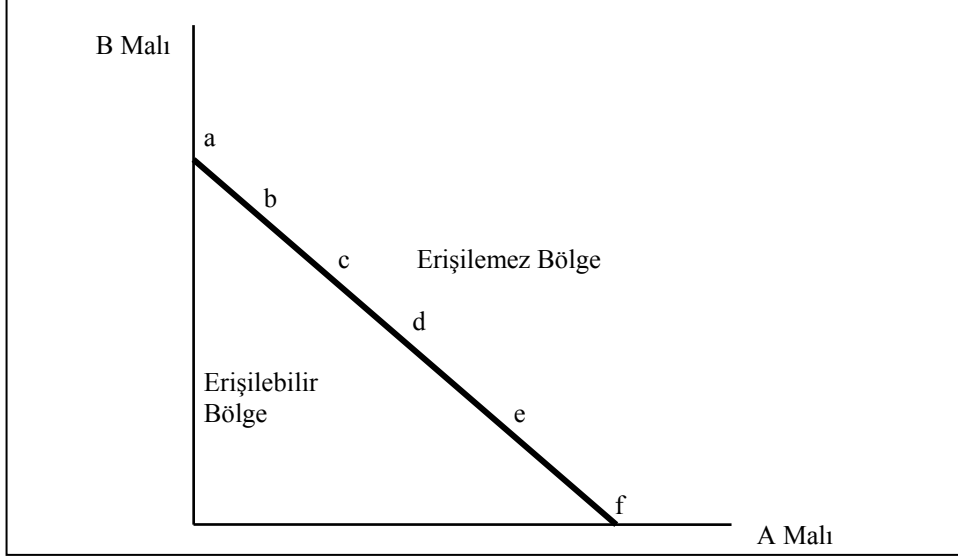


Şekil 1. Birey Talebi ve Piyasa Talebi

Şekil 1a ve 1b'de  $A$  ve  $B$  'nin tek tek talepleri görülmektedir. Piyasa talebi, toplam talep edilen mal miktarı ve fiyat ilişkisi piyasa talebidir. Piyasa talebi, bütün bireylerin (burada  $A$  ve  $B$ ) talepleri toplamıdır. Burada toplam, yatay toplamdır.

### 1.2. Hanehalkının Tüketim Tercihleri

Hanehalkının tüketim tercihleri iki faktör tarafından belirlenmektedir; a) sınırlamalar, b) mal tercihleri (Şekil 2).



**Şekil 2. Tüketim Olanakları**

Sınırlamalar, a)gelir, b) mal ve hizmetin fiyatıdır. Burada fiyatlar veri kabul edilmektedir. Yani tüketicinin piyasada oluşan fiyatı kabul ettiği, etkilemesinin olanaklı olmadığını varsayılmaktadır.

Tercihler hoşlanıp hoşlanmama tercihidir. Bir mal veya hizmetten sağlanan tatmindir. Bu tatmin fayda olarak adlandırılmaktadır.

Fayda kavramı soyut bir kavramdır, hissedersiniz ama ölçülemeyebilir. Faydanın ölçülüp, ölçülemeyeceği Neo klasik İktisat (Mikro İktisat) içinde uzun bir tartışma konusudur. Tartışmada taraflar **kardinalist (sayısal) ve ordinalist (sıralamalı) okul** olarak ikiye ayrılmaktadır.

Kardinal fayda kuramı marjinal fayda analizi olarak da adlandırılmaktadır. Buna göre,

1. Her malın faydası ölçülebilir. Fayda bir kardinal kavramdır. En uygun ölçü paradır. Fayda tüketicinin başka mal birimlerine ödemeye hazır olduğu parasal birimlerle ölçülür. Tüketicinin bir birim ek mal için harcamak arzusunda olduğu para faydayı ölçmektedir.
2. Paranın marjinal faydası sabittir(Marshall'ın varsayımı). Eğer bir parasal birim faydanın ölçülmesinde kullanılıyorsa, bu varsayım gerekmektedir. Çünkü standart ölçü değişmemelidir.

3. Azalan marjinal fayda geçerlidir. Birbiri ardına gelen mal birimlerinden elde edilen fayda giderek azalmaktadır.
4. Bir mal sepetinin toplan faydası tek tek mal miktarına bağlıdır.

Bazı kardinalist iktisatçılar ise, faydayı **util** adını verdikleri subjektif birimle ölçülmesini önermişlerdir.

Ordinalist yaklaşıma göre fayda ordinal büyüklüğe sahip ölçülemeyen olgudur. Çeşitli mal bileşimleri arasında seçim yapabilmek için tüketicinin her maldan ne kadar fayda elde edeceğini bilmesi gerekli değildir. Tüm gereken tüketicinin "mal demetlerini" her bir demetten elde ettiği fayda düzeyine göre bir sıralamaya tabi tutabilmesidir. Yani tüketici çeşitli mal demetleri arasında tercih sıralaması yapabilmelidir. **Kayıtsızlık eğrileri ve açıklanmış tercihler yaklaşımı** olmak üzere iki temel ordinal kuram vardır.

Soğuk–sıcak, düz–kaba, sert–yumuşak gibi ölçülemeyen, ama hissedilen durumlar ordinalistlerin sıralamacı yaklaşımları için örnek verilebilir. Örneğin soğuk–sıcağa göre sıralama yapılabilir. Ordinalistlere göre, fayda açısından da daha az veya çok faydalı diye hissetme durumu geçerlidir. Ordinalistlere göre önemli olan tercihlerin tutarlılığıdır.  $A$  (demeti, sepeti, mal bileşimi),  $B$ 'ye  $B$ ,  $C$ 'ye tercih edilmişse  $A$ ,  $C$ 'ye tercih edilir.

Kısaca kardinal fayda yaklaşımına göre, azalan marjinal fayda ilkesi çerçevesinde fayda fiyatlar yoluyla ölçülebilir. Kardinal fayda savunucuları marjinalistler olarak adlandırılmışlardır. Ordinal fayda yaklaşımına göre, tek tek malların faydaları ölçülemez, tüketim malları demetinin tercihi söz konusudur. Tercihler ise, sıralanabilir (kayıtsızlık eğrileri). Bugün tüketici kuramı, daha çok ordinal fayda varsayımı üzerine gelişmiştir. Talep kuramında, azalan marjinal fayda (Kardinal varsayım) temel değildir. Elinizdeki kitapta kardinalist, ordinalist fayda tartışmalarına fazla girilmeden, her ikisi de kullanılacaktır.

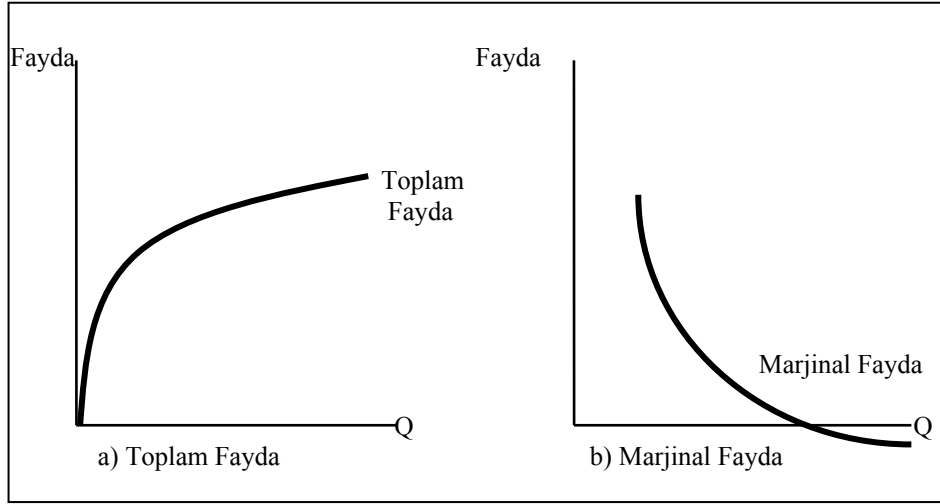
### 1.2.1. Toplam Fayda, Marjinal Fayda ve Tüketim

**Toplam fayda (Şekil 3a)** bir kişinin mal ve hizmet tüketiminden aldığı yarar veya tatmin toplamıdır. Toplam fayda ( $U$ ) tüketim düzeyine bağlıdır.

$U = f(Q)$  ile gösterilir.

**Marjinal fayda (MU) (Şekil 3b)**, tüketilen mal miktarında bir birimlik artış sonucu toplam faydadaki değişimdir.

$$MU = \frac{\Delta U}{\Delta Q} \text{ olur.}$$



**Şekil 3. Toplam ve Marjinal Fayda**

Toplam ve marjinal fayda ilişkisine geçmeden kısaca toplam-marjinal-ortalama ilişkisinden söz etmek gerekmektedir. Buna göre,

1. Toplam büyüklük artıyorsa, marjinal büyüklük pozitifdir.
2. Toplam büyüklük düştüğünde marjinal büyüklük negatiftir.
3. Toplam büyüklük maksimum veya minimum olduğunda marjinal büyüklük sıfırdır.
4. Ortalama büyüklük düştüğünde marjinal büyüklük doğrusunun altındadır.
5. Ortalama büyüklük yükseldiğinde marjinal büyüklük onun üstündedir.
6. Ortalama büyüklük minimum veya maksimum olduğunda marjinal büyüklük ortalama büyüklüğe eşittir.

Şimdi fayda analizine tekrar dönebiliriz. Marjinal fayda tüketilen mal miktarı arttıkça azalmaktadır. (**Şekil 3b**). Bu, **Azalan Marjinal Fayda**

olarak adlandırılmaktadır. **Şekil 3b'de** Marjinal Fayda pozitif, fakat mal tüketimi arttıkça azalmaktadır.

### 1.3.2. Fayda Maksimizasyonu

**Fayda maksimizasyonu**, olanaklı en büyük faydaya erişmektir. Tüketici dengesi, fayda maksimizasyonu yolu ile sağlanmaktadır. Buna göre tüketici, toplam faydasını maksimum kılacak biçimde gelirini dağıttığında dengesini gerçekleştirmektedir.

Tüketicinin toplam faydasını maksimize edilmesinin yolu, TL başına her malın faydalarının eşit olmasıdır (marjinal analiz). Bir diğer ifade ile

$$\text{Harcanan TL başına marjinal fayda} = \frac{\text{Malın Marjinal Faydası}}{\text{Malın Fiyatı}}$$

dır.

Buradan hareketle, iki mal olsun,  $A$  ve  $B$ .<sup>1</sup>

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$$

olduğunda toplam fayda maksimize olmaktadır. (**Şekil 4**)

$A$  malı elma,  $B$  malı kola olsun. **Şekil 4'** te sağa doğru  $A$  malının, sola doğru  $B$  malının miktarı artmaktadır.  $c$ 'de TL başına marjinal faydaları eşittir.

---

<sup>1</sup> Bu formülasyon  $P=MU$  düşüncesinden hareketle çıkartılmaktadır.  $P=MU$  eşitliğinin ortaya çıkmasının nedeni kardinalistlerin faydanın ölçü biriminin parasal olduğunu belirtmeleridir. Buna göre  $U = f(Q_A)$  fayda fonksiyonu olsun. Tüketicinin  $Q_A$  birim mal satın alması durumunda yaptığı toplam harcama  $Q_A P_A$  olacaktır. Tüketici elde edeceği fayda ile yapacağı harcamalar arasındaki farkı,  $U - P_A Q_A$ , maksimum etmeye çalışacaktır. Maksimum için gerekli koşul fonksiyonun  $Q_A$ 'ya göre kısmi türevini alıp sifıra eşitlemektir. Dolayısıyla;  $dU / dQ_A - d(P_A Q_A) / dQ_A = 0$  terimi elde edilir. Bu terim yeniden düzenlendiğinde  $dU / dQ_A = P_A$  ya da  $MU_A = P_A$  şeklinde gösterebiliriz.

$A$ 'nın marjinal faydası =  $A$ 'nın fiyatı,

$B$ 'nin marjinal faydası =  $B$ 'nin fiyatıdır.

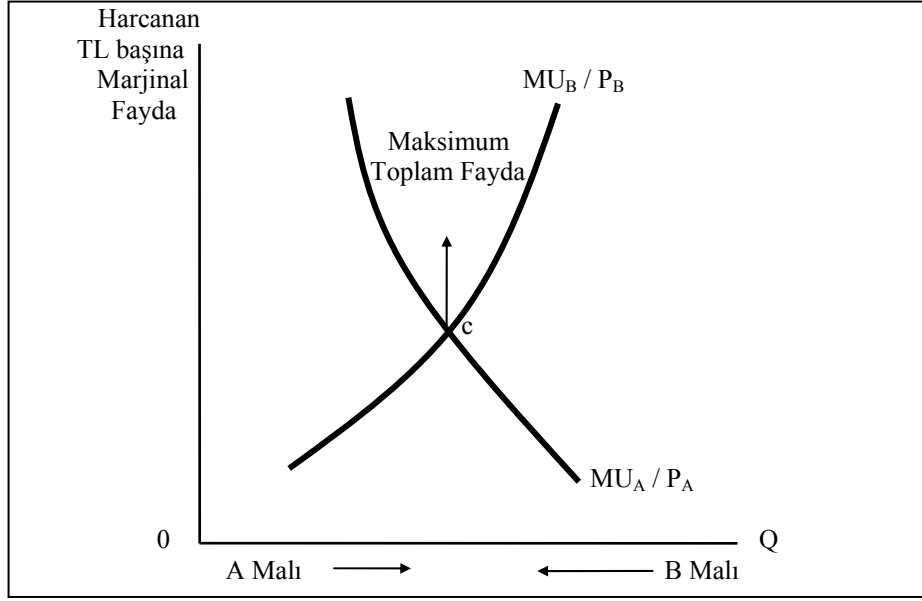
Buradan  $MU_A / MU_B = P_A / P_B$  dir. Düzenlemeler yapılırsa  $MU_A / P_A = MU_B / P_B$  olur.

Bir diğer hatırlatma  $MU = P$  ilkesinin bir yaklaşım olduğudur. Çünkü somut dünyada çoğu mallar küçük parçalara bölünemeyebilir.

Bu formülasyon  $P = \text{Marjinal fayda}$  düşüncesinden hareketle çıkarılmaktadır.

$A$ 'nın Marjinal faydası =  $A$ 'nın fiyatı

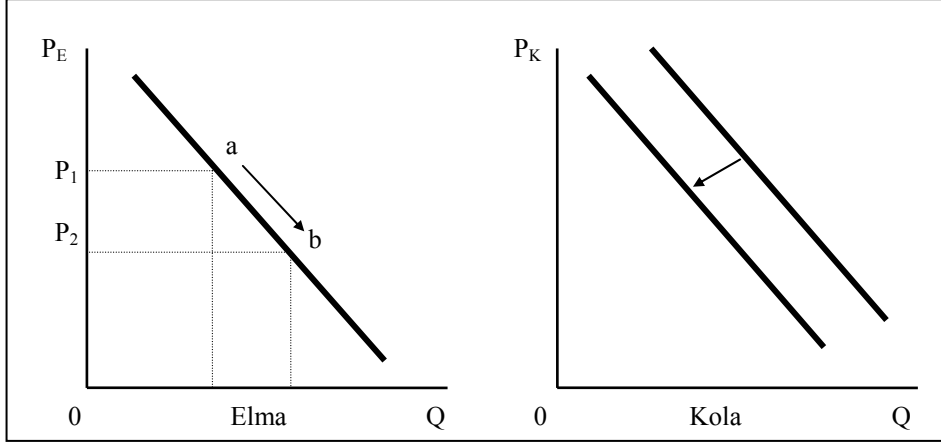
$B$ 'nin Marjinal faydası =  $B$ 'nin fiyatıdır.



**Şekil 4. TL Başına Marjinal Faydanın Eşitlenmesi**

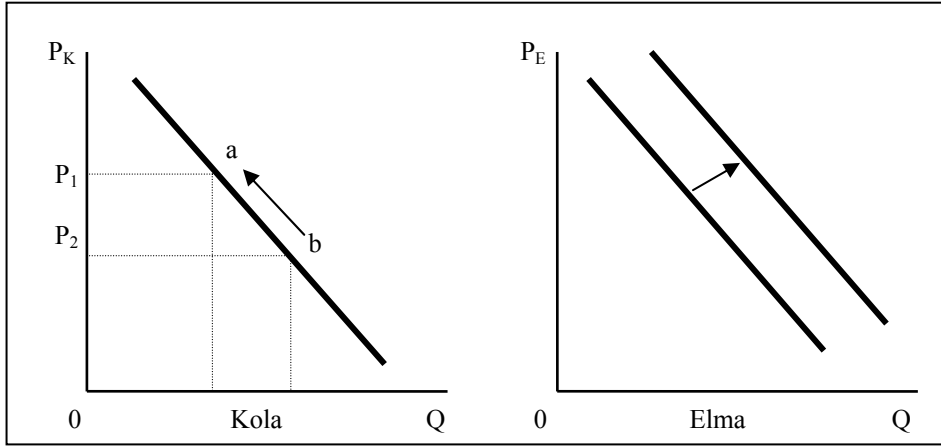
### 1.3.3. Marjinal Fayda Kuramının Öngörülleri

Öngörüller fiyat değişmeleri ile ilgilidir. İki mal elma ve kola olsun. İlk durumda elma fiyatı düşmekte, kola fiyatı ise sabittir (Şekil 5).



**Şekil 5. Elma Fiyatında Düşme**

Bu durumda elmaya talep artarken, kola talebi düşmektedir. İkinci durumda kolanın fiyatı artarken, elmanın fiyatı değişmemektedir. (Şekil 6)



**Şekil 6. Kola Fiyatında Artış**

Bu durumda kola talebi düşerken, elma talebi artacaktır  
Gelir artışı durumunda, her iki mal normal mal ise, iki mala olan talep artacaktır.



### 1.3.4. Marjinal Fayda ve Reel Dünya

Marjinal fayda kuramının varsayımları şunlardır:

- Tüketici veri gelire sahiptir ve veri fiyatlarla karşılaşır.
- Tüketici mal tüketiminden fayda sağlar.
- Tüketime her ilave mal fayda yaratır; marjinal fayda pozitiftir.
- Tüketicinin tükettiği mal miktarı artarken, marjinal fayda azalır.

#### **Çıkarılma:**

Bütün mallar için TL başına harcanan marjinal fayda eşit olduğunda fayda maksimizasyonu gerçekleşmekte ve bütün gelir harcanmaktadır.

Yani,

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \dots = \frac{MU_N}{P_N} \text{ dır}$$

#### **Öngörüler:**

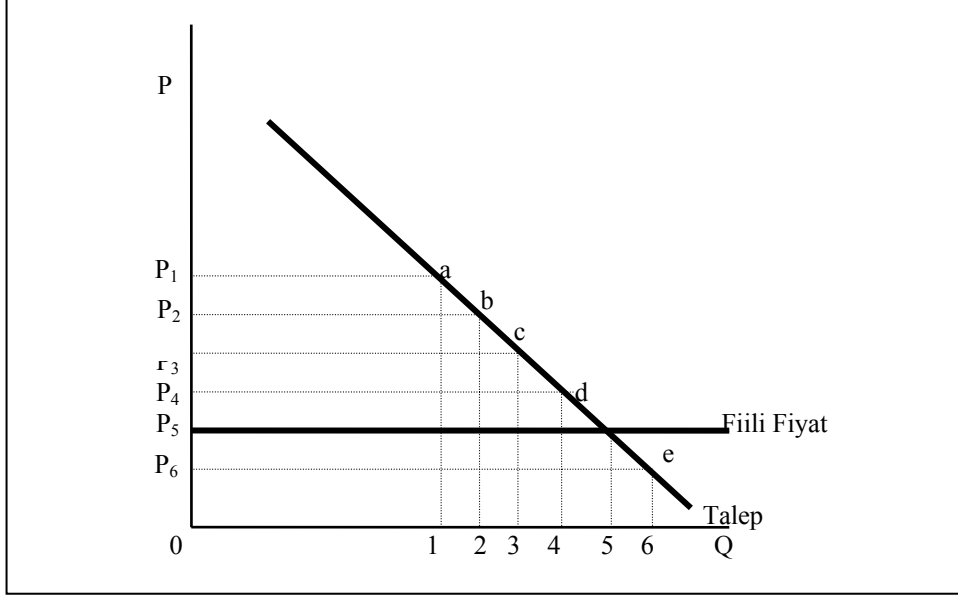
- Diğer etkenler veri iken, malın fiyatı yükseldiğinde satın alınan miktar azalır (Talep Yasası).
- Malın fiyatı yükseldikçe, ikame malın tüketimi artar.
- Tüketicinin geliri artınca, mal normal mal ise talebi de artar.

### 1.3.5. Marjinal Fayda Kuramına Eleştiriler

Marjinal fayda kuramına getirilen eleştirileri iki ana başlık altında toplamak olanaklıdır, a) fayda gözlenemez, ölçülemez. b) Halka sanki bilgisayarmış gibi bakılmaktadır. Ölçülebileceğini savunan iktisatçılar birinci eleştiriye katılmamaktadırlar. Onlara göre gözlenemeyeceği doğrudur. Ama bu durum örneğin dereceye benzer. Havanın soğuk mu, yoksa sıcak mı olduğunu hissederiz. Dolayısıyla hissettiklerimizi numaralandırabiliriz, ölçebiliriz.

İkinci eleştiriye verilen yanıt ele alınan ekonominin model ekonomisi olduğudur. Ne kadar gerçek olduğu sınama sonucunda görülecektir.

### 1.3.6. Marjinal Fayda Kuramının Bazı Çıkarımları



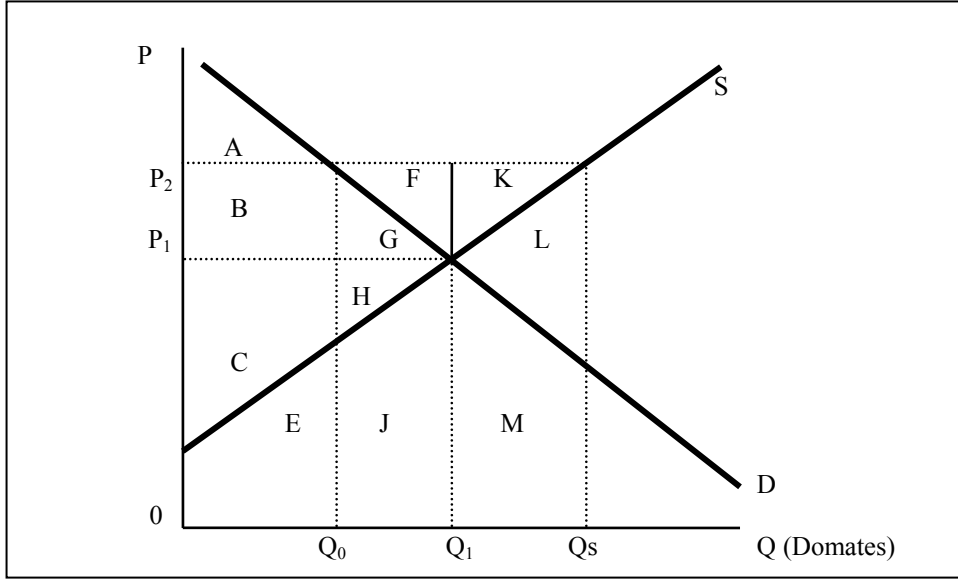
Şekil 7. Tüketici Artığı

Marjinal fayda kuramından hareketle iki çıkarımda bulunmak olanaklıdır, a) ticaretten kazanç, b) tüketici artığı. Ticaretten kazanç karşılaştırmalı üstünlükler dolayısıyla ortaya çıkmaktadır. Tüketim miktarı arttıkça, faydanın azalacağı belirtildi. Bu durumda artan mal miktarını az olan diğer malla değiştirmek, fayda artışı sağlayacaktır. Kısaca azalan marjinal fayda–değişim–fayda artışı ilişkisi kurulabilir.

Tüketici artığı (Şekil 7) malın değeri ve fiyatı arasındaki farktır. Bu tanımlamada değer ve fiyat ayrımı ortaya çıkmaktadır. **Değer**, tüketicinin ödemeye istekli olduğu maksimum miktardır. Örneğin mal 2 birim olduğunda  $P_2$  fiyatı ödemeye hazırdır. Ama  $P_5$  fiyatı ödenmektedir. Yani 5 birimde fiilen ödediği fiyat 2 birimde ödemeye hazır olunan fiyattan düşüktür. Bundan dolayı malın değeri ve fiyatı farklıdır. Aradaki fark **tüketici artığını** doğurmaktadır. Kısaca tüketici artığının nedeni marjinal faydadır.

### 1.3.7. Tüketici Artığına Bir Uygulama: Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikası

Tüketici artığının karşısı üretici artığıdır. **Üretici artığı** üreticinin satmaya istekli olduğu fiyat ve fiili fiyat arasındaki farktır. Şimdi tüketici ve üretici artığından hareketle Avrupa Birliği ortak tarım politikasının sonuçlarını inceleyebiliriz. Ortak tarım politikasının temeli sabit fiyatlardır (**Şekil 8**).



**Şekil 8. Ortak Tarım Politikası: Domates**

Piyasa mekanizmasında denge fiyatı  $P_1$ , alıp satılan miktar  $Q_1$  'dir. Ortak tarım politikası sonucu minimum sabit fiyatı  $P_2$  'dir. Çiftçilerin gelirleri artar. Talep  $Q_D$  'ye düşer, arz  $Q_S$  'ye çıkar.  $Q_S - Q_D$  kadar arz fazlası vardır.

Serbest fiyat durumunda,

$$\text{tüketici artığı} = A + B + G,$$

$$\text{üretici artığı} = C + H \text{ 'dir.}$$

Minimum sabit fiyat ( $P_2$ ) durumunda

Tüketici Kaybı =  $B + G$ ,

Çiftçinin Kazancı =  $B + G + F + K$  dir.

$B + G + F$ ,  $Q_1$ 'den, ve  $K$ ,  $Q_S$ 'den kaynaklanmaktadır.

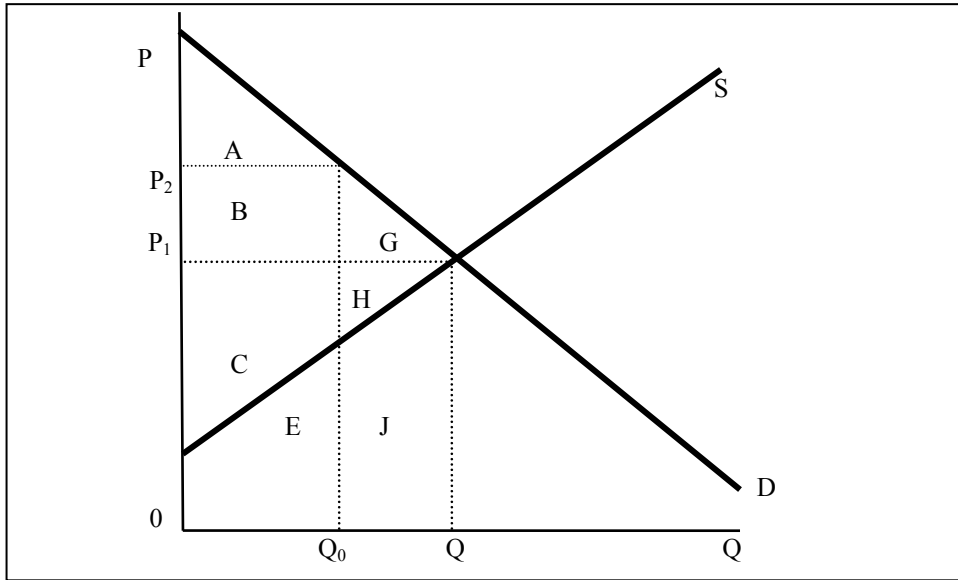
Vergi ödeyicilerinin kaybı =  $F + G + H + J + K + L + M$  'dir.

Bu  $P_2$  fiyatında  $Q_S - Q_D$  arz fazlasını satın almak için yapılan harcamaya eşittir. Buna idare ve stoklama maliyetini de eklemek gereklidir. Böylece,

toplam kayıp =  $B + G + F + K + G + H + J + L + M$ ,

toplam kazanç =  $B + G + F + K$ ,

net kayıp =  $G + H + J + L + M$  dir.



Şekil 9. Üretim Sınırlaması

Bir çözüm, fiyat  $P_2$  olmakla birlikte, örneğin domates ürün miktarını üretim sınırlaması ile  $Q_D$  ye düşürmektir (**Şekil 9**). Bu durumda piyasa çözümüyle kıyaslandığında,

üreticilerin kazancı =  $B - H$ , ( $B > H$  dır)

tüketicilerin kaybı =  $B + G$  (tüketici artığı kaybı) dır.

Toplam net kayıp =  $(B + G) - (B - H) = G + H$  dır.