

7. Fayda ve Talep

Çeviren: Yavuz TOPCU

Giriş

OPEC 1973’de petrol satışlarını kısıtladığı zaman, fiyatlarda önemli artışlar meydana gelmiştir. Buna rağmen insanlar neredeyse daha önce kullandıkları kadar petrol kullanmaya devam etmişlerdir. Petrol talebinin fiyat elastikiyeti düşüktür. Sizce bunun sebebi nedir?

1983’de CD çalarlar piyasaya girdiği zaman 1.000 TL’den daha yüksek bir fiyata sahipti ve bu yüzden tüketiciler çok fazla CD çalar satın alamadı. O günden bugüne CD çalar fiyatları hızlı bir şekilde düşmüştür ve CD çalar satışları önemli miktarda artmıştır. CD çalar talebinin fiyat elastikiyeti elastiktir. Bazı şeylerin taleplerinin fiyat elastikiyetleri inelastik iken, diğerlerini elastik kılan nedir?

Son 20 yıldan daha uzun bir sürede, enflasyonun etkileri ortadan kalktıktan sonra ABD’de gelir % 40 artmıştır. Aynı dönemde, taşımacılık harcamaları % 20’den daha az bir oranda artarken, elektrik masrafları % 60’dan daha fazla bir oranda artmıştır. Bu yüzden gelirden elektriğe ayrılan pay artmıştır ve gelirden taşımacılığa ayrılan pay ise azalmıştır. Niçin, gelir arttığı zaman bazı mallar için gelirden ayrılan pay artarken, diğer mallar için ayrılan pay azalmaktadır?

Önceki bölümlerde, talebin bir malın fiyatı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu gördük. Fakat bir kişinin talebini tam olarak nelerin şekillendirdiğini analiz etmedik. Bu bölümde, hanehalkı davranışlarını ve onların talep üzerindeki etkilerini inceleyeceğiz. Bu bölüm, bazı mallar için talebin niçin elastik ve diğeri için de inelastik olduğunu açıklamaktadır.

Tüketim Tercihleri

Bir ailenin tüketim kararları çok sayıda faktörler tarafından belirlenir, fakat iki

Umutla yolculuk etmek, gidilecek yere varmaktan çok daha zevklidir.

görüş kapsamında bu faktörlerin hepsini özetleyebiliriz:

1. Tüketim imkânları
2. Tercihler

Tüketim İmkânları

Bir hanehalkının tüketim kararlarını, hanehalkının geliri ve satın alınan mal ve hizmetlerin fiyatları sınırlar. Hanehalkı harcamak için belli bir gelire sahiptir ve satın aldığı mal ve hizmetlerin fiyatlarını etkileyemez.

Bir hanehalkının tüketim tercihlerinin sınırları, onun bütçe doğrusu ile tanımlanır. Zeynep’in ev halkını düşünelim. Zeynep’in aylık geliri 30 TL ve yalnızca sinema ve gazoz gibi iki mal ve hizmet almayı planlıyor. Sinemaların her biri 6 TL ve altılı gazozun bir paketi ise 3 TL’ye mal olmaktadır. Zeynep gelirinin tamamını harcarsa sinema ve gazoz tüketiminin sınırlarına ulaşacaktır.

Şekil 7.1. Zeynep’in mümkün olan sinema ve gazoz tüketimini göstermektedir. Çizelgede a’dan f’ye kadar olan satırlar, bu iki mal için tahsis edilen 30 TL’nin muhtemel altı harcama şeklini göstermektedir. Örneğin; Zeynep 12 TL ile iki sinema seyredebilir ve kalan 18 TL ile de altı adet altılı gazoz paketi satın alabilir (satır c). Şekilde “a” dan “f” e kadar olan noktalar mümkün olan ihtimalleri göstermektedir. Bu noktalar boyunca geçen hat Zeynep’in bütçe doğrusudur.

Zeynep’in bütçe doğrusu onun tercihleri üzerinde bir sınırlamadır. Bütçe doğrusu, Zeynep’in ekonomik olarak gücünün yetebildiği ve yetmediği şeyler arasında bir sınır oluşturur. Zeynep, bütçe doğrusu üzerinde ve bu doğrunun iç kısımlarındaki bütün noktalarda tüketim için ekonomik güce sahiptir. Fakat bu doğrunun dış kısımlarında ise, ekonomik güce sahip değildir. Zeynep’in tüketim konusundaki sınırlamaları sinema ve gazozun fiyatlarına

ve onun gelirine bağlıdır. Bu sınırlama sinema ya da gazozun fiyatları veya Zeynep'in geliri değiştiği zaman değişir.

Çizelgede "a" dan "f" e kadar olan satırlar, Zeynep'in 30 TL'sini sinema ve gazozu nasıl altı farklı şekilde tahsis edebileceğini göstermektedir. Örneğin, Zeynep 2 sinema ve 6 adet altılı gazoz paketi satın alabilir (sıra c). Her bir satırdaki kombinasyon 30 TL'ye mal olmaktadır. Bu imkânlar şekilde, "a" dan "f" e kadar olan noktalardır. Bu noktalar boyunca uzanan hat Zeynep'in ekonomik olarak gücünün yetebildiği ve yetemediği şeyler arasındaki sınırdır. Zeynep'in seçimi "a-f hattı" boyunca uzanmalı ya da orijine bu hat arasında kalan iç kısım olmalıdır.

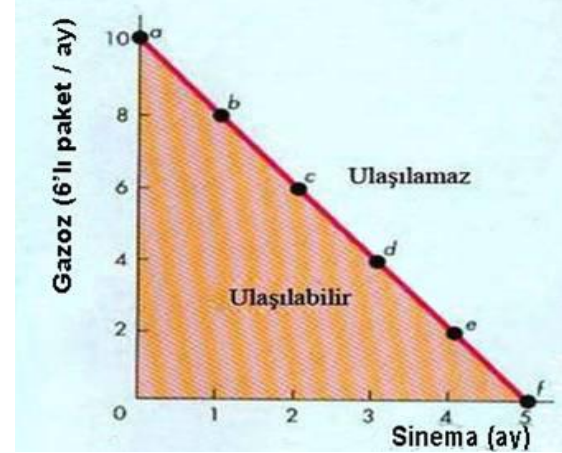
Tercihler

Zeynep bu iki mal arasında 30 TL'lik gelirini nasıl bölüştürür? Cevap, Zeynep'in bu iki maldan ne kadar hoşlanıp hoşlanmadığına yani tercihlerine bağlıdır. Ekonomistler tercihleri belirlemek için fayda kavramını kullanır. Bir kişinin bir mal ya da hizmetin tüketiminden elde ettiği kazanç ya da memnuniyet, fayda olarak adlandırılır. Fakat tam olarak fayda nedir ve onu hangi birimlerle ölçebiliriz? Fayda sübjektif bir kavramdır ve birimi keyfidir.

Faydanın daha iyi anlaşılabilmesi için bu terime benzer soyut bir kavram olan ve keyfi bir birimle ölçülebilen sıcaklık kavramını ele alalım. Ne zaman sıcak ve ne zaman soğuk olduğunu hissedersiniz. Fakat sıcaklığı gözlemleyemezsiniz. Suyu yeteri kadar ısı verildiği zaman buharı ve yeteri kadar soğutulduğu zaman da buza dönüştüğünü gözlemleyebiliriz. Böyle değişikliklerin ne zaman meydana geleceğini tahmin etmenize yardımcı edebilen ve termometre olarak adlandırılan bir aleti yapabilirsiniz. Termometre üzerindeki ölçek, bizim sıcaklık olarak adlandırdığımız şeydir. Fakat sıcaklığı ölçtüğümüz birimler isteğe bağlıdır. Örneğin, bir Santigrat termometrenin "0" sıcaklığını gösterdiği zaman, suyun buza dönüşeceğini tahmin edebiliriz. Fakat

bu ölçüm birimleri önemli değildir, çünkü bir Fahrenheit termometresi 32 F sıcaklığı gösterdiği zaman da aynı olay olur.

Şekil 7.1
Tüketim İmkânları



Ulaşılabilir	Sinemalar		Altılı Gazoz Paketi	
	Miktar	Harcama (TL)	Miktar	Harcama (TL)
a	0	0	10	30
b	1	6	8	24
c	2	12	6	18
d	3	18	4	12
e	4	24	2	6
f	5	30	0	0

Sıcaklık kavramı fiziksel olayları tahmin etmemize yardımcı ederken fayda kavramı da tüketim tercihlerini tahmin etmemize yardımcı eder. Marjinal fayda teorisi suyun buza ya da buharı dönüşeceğini tahmin etmemize imkân sağlayan teori kadar belirgin değildir.

Şimdi tercihleri belirleyebilmek için, fayda kavramını nasıl kullanabileceğimize bakalım.

Toplam Fayda

Toplam fayda, bir kişinin mal ve hizmet tüketiminden elde ettiği toplam kazançtır. Toplam fayda tüketim seviyesine bağlıdır. Genellikle ne kadar çok tüketilirse o kadar fazla toplam fayda sağlanır. Çizelge 7.1., Zeynep'in sinema ve gazozdan elde ettiği toplam faydayı göstermektedir. Zeynep hiç sinema seyretmese sinemadan fayda sağlamaz. Ayda bir sinema seyrederse, 50 birim fayda sağlar. Zeynep bir ayda

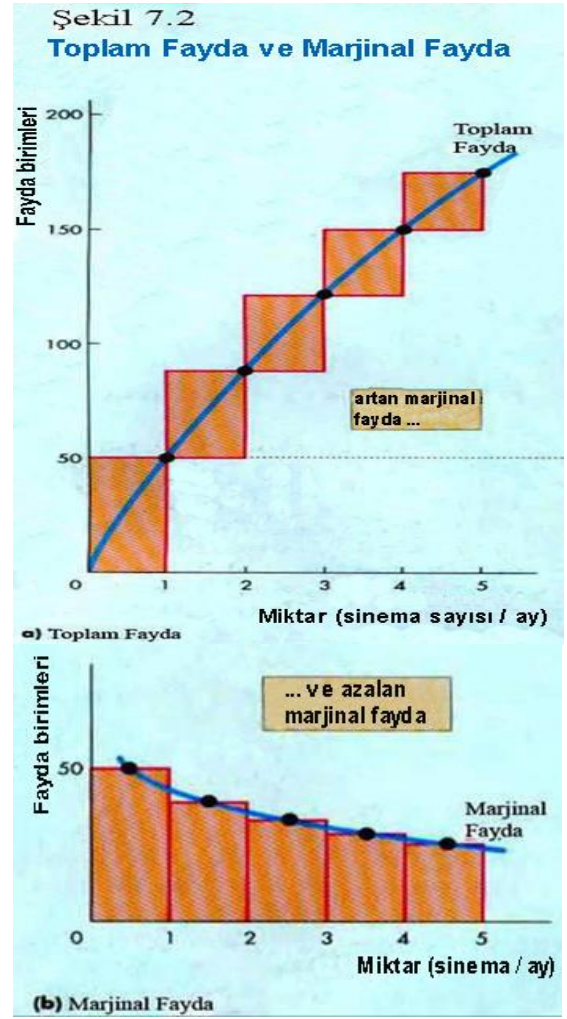
seyrettiği sinemaların sayısını artırır, onun toplam faydası artar. Ayda 10 sinema seyrederse 250 birim toplam fayda sağlar. Çizelgenin diğer kısmı ise Zeynep'in gazozdan sağladığı toplam faydayı gösterir. Zeynep hiç gazoz içmese, o gazozdan hiç fayda sağlamaz. Zeynep içtiği gazoz miktarı arttıkça, toplam faydası da artar.

Çizelge 7.1. Zeynep'in Sinema ve Gazozdan Toplam Faydası

Sinemalar		Altılı gazoz paketi	
Miktar	Toplam Fayda	Miktar	Toplam Fayda
0	0	0	0
1	50	1	75
2	88	2	117
3	121	3	153
4	150	4	181
5	175	5	206
6	196	6	225
7	214	7	243
8	229	8	260
9	241	9	276
10	250	10	291
11	256	11	305
12	259	12	318
13	261	13	330
14	262	14	341

Marjinal Fayda

Marjinal fayda tüketilen bir malın miktarında bir birimlik artıştan kaynaklanan toplam faydadaki değişimdir. Şekil 7.2'deki çizelge Zeynep'in sinemadan sağladığı marjinal faydanın hesaplanmasını göstermektedir. Zeynep'in bir ayda seyrettiği sinema sayısı 4'ten 5'e yükseldiği zaman, onun sinemadan sağladığı toplam fayda 150'den 175 birime yükselmektedir. Bu yüzden de Zeynep için her ay beşinci bir sinema seyretmenin marjinal faydası 25 birimdir. Marjinal faydanın sinemaların miktarları arasındaki orta hattı gösterdiğine dikkat ediniz. Bu durumun böyle olmasının sebebi, 4 sinemadan 5 sinemaya artan değişim, 25 birimlik marjinal faydayı ortaya çıkarmasıdır. Çizelge, seyredilen sinemaların her biri için marjinal faydanın hesaplanmasını göstermektedir.



Miktar	Toplam fayda	Marjinal fayda
0	0	0
1	50	50
2	88	38
3	121	33
4	150	29
5	175	25

Şekil 7.2 (a), Zeynep'in sinemalardan elde ettiği toplam faydayı gösterir. Zeynep bir ayda ne kadar çok sinema seyrederse o kadar çok toplam fayda elde eder. Şekil 7.2 (b), Zeynep'in marjinal faydasını gösterir. Bu grafik, Zeynep daha fazla sinema seyrettiği zaman sinemalardan elde ettiği marjinal faydanın azaldığını bize ifade etmektedir. Örneğin, Zeynep'in ilk sinemadan sağladığı marjinal fayda 50 birim iken, ikinci sinemadan 38 ve üçüncü sinemadan 33 birim marjinal fayda sağlamaktadır. Tüketilen malların miktarı arttıkça zaman, marjinal faydadaki bu azalışı "azalan marjinal fayda" prensibi olarak adlandırırız.

Marjinal fayda pozitifdir, fakat bir malın tüketimi arttığı zaman azalır. Marjinal fayda niçin bu iki özelliğe sahiptir? Zeynep örneğinde, Zeynep sinemalardan hoşlanıyor ve o ne kadar çok sinema seyredirse o kadar iyidir. Marjinal faydanın pozitif olma sebebi budur. Zeynep'in en son sinemadan elde ettiği fayda onun marjinal faydasıdır. Marjinal faydanın niçin azaldığını anlamak için takip eden iki durum hakkında düşününüz: Birinci durumda, siz son 29 günün akşamlarında hep ders çalışıyorsunuz. Sinema seyretmeniz için bir fırsat doğdu. Bu sinemayı seyretmekten elde ettiğiniz fayda bir ay içerisinde bir sinema seyretmenin marjinal faydasıdır. İkinci durumda, büyük bir sinema eğlencesi içerisinde yaşıyorsunuz. Son 29 gündür, herhangi bir ödeviniz olmadı. Sürekli sinema seyrederesiniz. İlave bir sinema seyretmeye gitmekten yeteri kadar mutlusunuz. Ancak, bu 30 günlük sürede otuzuncu sinemayı seyretmekten duyacağınız heyecan çok fazla olmayacaktır. Bu bir ay içerisindeki otuzuncu sinemanın marjinal faydasıdır.

Şekil 7.2, Zeynep daha fazla sinema seyrettiği zaman onun sinemadan elde ettiği toplam faydanın arttığını gösterir. Şekil ayrıca onun marjinal faydasını da gösterir. Tüketim arttığı zaman marjinal fayda azalır. Şekil, Zeynep'in sinemadan elde ettiği toplam ve marjinal faydayı grafiklerle gösterir. (a) kısmı, Zeynep'in toplam faydasını gösterir. Ayrıca her ilave sinemadan elde edilen ilave toplam faydayı da grafiksel olarak gösterir. (b) kısmı, Zeynep'in sinemalardan elde ettiği marjinal faydanın azalan adımların bir serisi olarak aşama aşama (a) kısmında nasıl azaldığını göstermektedir.

Faydayı Maksimum Yapma

Bir hane halkının geliri ve onların karşı karşıya kaldıkları fiyatlar hanehalkının tüketim tercihlerini sınırlandırır ve hanehalkının tercihlerini de her bir tüketim

imkânlarından elde edilen fayda belirler. Marjinal fayda teorisi, hanehalkının toplam faydalarını maksimum (en yüksek) kılan tüketim imkânlarını seçtiğini varsayar. Fayda maksimizasyonunun bu varsayımı, temel ekonomik problem olan kıtlığın ifadesinin bir şeklidir. İnsanların isteklerini tatmin eden kaynaklar, insanların tüm ihtiyaçlarını karşılayamadığından dolayı insanlar isabetli ve sıkı bir tercih yapmak zorundadırlar. Yapılan seçim işleminde, insanlar ulaşılabilir maksimum faydaya ulaşmaya yani toplam faydalarını maksimum kılmaya çalışırlar.

Zeynep'in toplam faydasını maksimum kılmak için gazoz ve sinemalar arasında bir aylık geliri olan 30 TL'yi nasıl tahsis ettiğine bakalım. Sinemaların her birinin 6 TL ve altılı gazoz paketinin 3 TL'ye mal olduğu varsayımına devam edeceğiz.

Faydayı Maksimum Kılan Seçim

Zeynep'in toplam faydasını maksimum kılmak için gelirini nasıl harcadığını hesaplamamız en doğru yolu Çizelge 7.2'deki gibi bir çizelge yapmaktır. Çizelgenin satırları, Şekil 7.1'de Zeynep'in bütçe doğrusu boyunca uzanan sinema ve gazozların ekonomik olarak ulaşılabilir bir bileşimini göstermektedir. Çizelgede üç unsur kayıt edilmiştir: birincisi, seyredilen sinemaların sayısı ve onlardan sağlanan toplam fayda (çizelgenin sol tarafı); ikincisi, tüketilen altılı gazoz paket sayısı ve onlardan sağlanan toplam fayda (çizelgenin sağ tarafı); üçüncüsü, hem gazoz hem de sinemalardan sağlanan toplam faydadır (orta kolon).

Çizelge 7.2'nin ilk satırı, Zeynep'in 10 adet altılı gazoz paketi satın aldığı ve hiç sinema seyretmediği durumu ifade etmektedir. Bu durumda, Zeynep sinemalardan hiç fayda elde edememekte ve gazozdan sağladığı toplam fayda 291 birimdir. Böylece gazoz ve sinemalardan elde edilen toplam fayda 291 birimdir (orta kolon). Çizelgenin kalan kısmı aynı şekilde oluşturulabilir.

Çizelge 7.2. Zeynep'in Mümkün Kombinasyonları

	Sinemalar		Gazoz ve Sinemanın Toplam Faydası	Altılı Gazoz Paketi	
	Miktar	Fayda		Fayda	Miktar
a	0	0	291	291	10
b	1	50	310	260	8
c	2	88	313	225	6
d	3	121	302	181	4
e	4	150	267	117	2
f	5	175	175	0	0

Zeynep'in toplam faydasını maksimum kılan gazoz ve sinemaların tüketimi çizelgede koyu renklerle vurgulanmıştır. Zeynep 2 sinema seyrettiği ve 6 adet altılı gazoz paketi satın aldığı zaman 313 birimlik toplam fayda elde etmektedir. Zeynep'in geliri ve ürün fiyatları dikkate alınırsa, Zeynep'in yapabileceği en iyi tercihi yukarıda açıklanan durum ifade etmektedir. Eğer Zeynep 8 paket gazoz satın alırsa, yalnızca 1 sinema seyredebilir. Böylece 310 birimlik toplam fayda eder ve maksimuma ulaşabildiği faydadan 3 birim daha az fayda sağlar

Harcanan TL Başına Marjinal Faydayı Eşitleme

Bir tüketicinin toplam faydasını maksimum kılan kombinasyonu öğrenmenin diğer bir yolu, her bir mal için harcanan birim TL karşısında marjinal faydaların diğer mallar için eşit kılınmasıdır. **Harcanan birim TL başına marjinal fayda**, tüketilen bir malın en son biriminden elde edilen faydanın malın birim fiyatına bölünerek elde edilir. Örneğin, Zeynep'in ilk sinemayı seyretmekten dolayı sağladığı marjinal fayda 50 birimdir. Bir sinemanın fiyatı da 6 TL'dir. Zeynep bir sinemayı seyrettiği zaman sinemayı harcanan birim TL başına marjinal fayda, 50 birimin 6 TL'e bölünmesi ya da TL başına 8,33'lük birim fayda anlamına gelmektedir.

Tüketicilerin mümkün tüm gelirleri harcadığı ve harcanan TL başına marjinal faydanın bütün mallar için eşit kılındığı zaman, toplam fayda maksimum olur.

Zeynep bütün gelirini harcadığı ve sinemadan sağlanan marjinal fayda/bir

sinemanın fiyatı = gazozdan sağlanan marjinal fayda/gazozun fiyatı gibi eşitliğe uygun olarak gazoz ve sinema tüketildiği zaman, Zeynep toplam faydasını maksimum kılar.

Sinemadan sağlanan marjinal fayda MU_m , gazozdan sağlanan marjinal fayda MU_s , bir sinemanın fiyatı P_m , gazozun fiyatı P_s olarak adlandırıldığını varsayalım. O zaman Zeynep bütün gelirini harcadığı ve $MU_m/P_m = MU_s/P_s$ olduğu zaman faydasını maksimum kılar.

Zeynep'in faydasını maksimum kılan tüketim tercihlerini bulmak için bu formülü kullanalım. Çizelge 7.3'de, her bir satırda Zeynep 30 TL'sini tüketilmektedir. Çizelge 7.1'den hesaplanan Çizelge 7.3, Zeynep'in marjinal faydasını ve her bir ürün için harcanan birim TL başına marjinal faydasını düzenlemektedir. Örneğin b satırında sinemalardan Zeynep'in marjinal faydası 50 birim ve sinemaların her biri 6 TL olduğu için sinemalara harcanan birim TL başına marjinal fayda 8,33 birimdir. Her bir mal için harcanan birim TL başına Zeynep'in marjinal faydasının daha fazla mal tüketildiği zaman azaldığını görebilirsiniz.

Çizelge 7.3. TL Başına Marjinal Fayda

	Sinemalar (6 TL)			Gazoz (altılı paket 3 TL)		
	Miktar	Marjinal Fayda	TL Başına Marjinal Fayda	Miktar	Marjinal Fayda	TL Başına Marjinal Fayda
a	0			10	15	5,00
b	1	50	8,33	8	17	5,67
c	2	38	6,33	6	19	6,33
d	3	33	5,50	4	28	9,33
e	4	29	4,83	2	42	14,00
f	5	25	4,17	0		

Sinemalara ve gazozlara harcanan birim TL başına marjinal fayda (6,33) birbirlerine eşit olduğu zaman, Zeynep toplam faydasını maksimum kılmış olur (satır c).

Şekil 7.3 "bütün mallara harcanan birim TL başına marjinal fayda" kuralının nasıl çalıştığını göstermektedir. 2 sinema ve 6 adet altılı gazoz paketi (satır c) yerine 1 sinema ve 8 adet altılı gazoz paketinin (satır b) olduğunu varsayalım. O zaman

Zeynep, sinemalardan harcanan TL başına 8,33 ve gazozdan da 5,67 birim fayda elde eder. Zeynep daha az gazoz satın alarak ve daha çok sinema seyrederek toplam faydasını artırabilir. Zeynep sinemaya daha çok, gazozda daha az harcarsa, gazozdan elde ettiği toplam fayda TL başına 5,67 birim azalır ve sinemalardan elde ettiği toplam fayda 8,33 birim artar. Zeynep'in toplam faydası TL başına 2,66 birim artar.

Zeynep 1 sinema ve 8 adet altılı gazoz paketi tüketirse (satır b), sinemaya harcanan son birim TL'den 8,33 ve gazozda harcanandan da 5,67 birim fayda elde eder. Zeynep ilave bir sinema seyrederek daha fazla toplam fayda elde edebilir. Zeynep 4 adet altılı paket gazoz tüketir ve 3 sinema seyredirse (satır d), sinemaya harcanan son birim TL'den 5,50 ve gazozda harcanan son birim TL'den de 9,33 birim fayda elde eder. Zeynep daha az sinema seyrederek toplam faydasını artırabilir. Zeynep'in her iki mal için harcadığı TL başına marjinal faydası eşit olduğu zaman, onun toplam faydası maksimum kılınır.

Zeynep'in 3 sinema seyrettiği ve 4 adet altılı gazoz paketi tükettiğini varsayarsak, bu durumda onun sinemaya harcadığı TL başına marjinal faydası, gazozda harcadığı TL başına marjinal faydadan daha azdır. Zeynep şimdi sinemaya daha az ve gazozda daha fazla harcama yaparak toplam faydasını artırabilir.

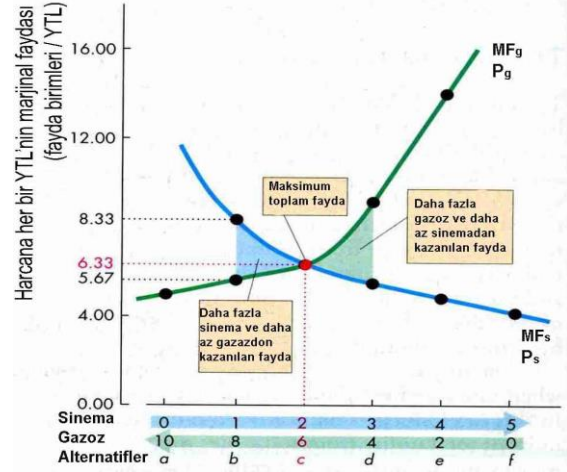
Marjinal Analizin Gücü: Zeynep'in gazoz ve sinemalardan sağladığı faydayı maksimum kılan seçimini bulmak için kullandığımız metot, marjinal analizin gücünün bir örneğidir. Zeynep, bir mala daha fazla sahip olmaktan dolayı elde ettiği marjinal kazanç ile diğer bir mala daha az sahip olmaktan dolayı uğradığı marjinal kaybı karşılaştırarak maksimum ulaşabilir faydayı elde ettiğinden emin olabilir.

Örnekte Zeynep, sinema ve gazozlar için yapılan harcamaların TL başına marjinal faydalarının eşit olduğu durumdaki kombinasyonu tercih eder. Bölünemeyen mal ve hizmetler satın aldığımızdan dolayı

ürün sayılarını kesin olarak kayıt altına alamayabiliriz. Fakat bu temel yaklaşım her zaman geçerlidir.

Şekil 7.3

Harcanan her bir YTL için Marjinal Faydaları Eşitleme



Takip edilen kural çok basittir: sinema için TL başına marjinal fayda gazoz için TL başına marjinal faydadan büyükse, daha fazla sinema seyredilir ve daha az gazoz satın alınır. Aksi durumda ise, daha fazla gazoz satın alınır ve daha az sinema seyredilir.

Daha genel bir ifade ile, bir eylemden elde edilen marjinal kazanç marjinal kayıptan fazla ise eyleme devam edilir.

Fayda Birimleri: Çizelge 7.3 ve Şekil 7.3'de Zeynep'in maksimum faydasının seçiminin hesaplanmasında, toplam fayda görüşü hemen hemen hiç kullanılmamıştır. Bütün hesaplamalarda marjinal fayda ve fiyatlar kullanılmıştır. TL başına marjinal faydayı her iki ürün için eşitlersek, Zeynep'in toplam faydasının maksimum olacağını biliyoruz.

İncelenen maksimum faydanın bu bakış açısı faydanın ölçülmesinde birimlerin önemli olmadığı anlamını taşımaktadır. Faydanın ölçülmesinde bütün sayıları iki katına çıkarabilir, yarıya indirebilir, pozitif bir sayı ile çarpabilir, onların kareleri ya da köklerini alabiliriz. Faydayı ölçmek için kullanılan bu birimlerin dönüştürücülerinin hiç biri sonucu herhangi bir şekilde farklı kılmaz.

Marjinal Fayda Teorisini Kullanarak Kestirmeler Yapma

Şimdi bazı tahminlerde bulunmak için marjinal fayda teorisini kullanalım. Zeynep'in geliri, sinema ve gazoz fiyatları değiştiği zaman Zeynep'in bu ürünleri tüketiminde nasıl bir değişim meydana getirir?

Tüketim tercihleri üzerine fiyat ya da gelirdeki değişimin etkisini ölçmek için: öncelikle yeni fiyatlara göre yeni gelirin tamamının harcadığı sinema ve gazoz bileşimini belirlemek; ikinci olarak, harcanan TL başına yeni marjinal faydaları hesaplamak; üçüncü olarak, sinema ve gazozu harcanan TL başına marjinal faydayı eşit kılan bileşimi belirlemek gerekir.

Sinema Fiyatlarında Düşüş

Sinema fiyatının 6 TL'den 3 TL'e düştüğünü varsayalım (Çizelge 7.4).

Çizelge 7.4. Sinemanın Fiyatındaki Bir Değişim Zeynep'in Tercihini Nasıl Etkiler

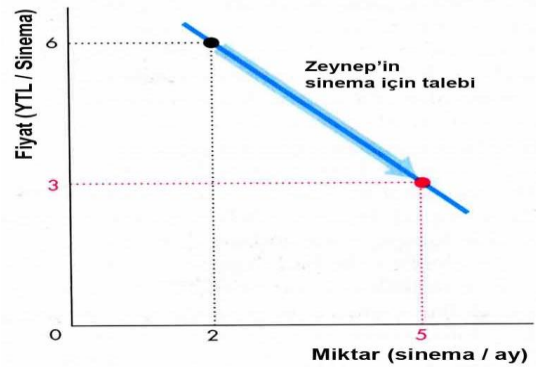
Sinemalar (3 TL)		Gazoz (Altılı Paket 3 TL)	
Miktar	TL Başına Marjinal Fayda	Miktar	TL Başına Marjinal Fayda
0		10	5.00
1	16.67	9	5.33
2	12.67	8	5.67
3	11.00	7	6.00
4	9.67	6	6.33
5	8.33	5	8.33
6	7.00	4	9.33
7	6.00	3	12.00
8	5.00	2	14.00
9	4.00	1	25.00
10	3.00	0	

Çizelge 7.4'ün satırları, sinemanın her birinin 3 TL ve gazozun altılı paketinin de 3 TL'e mal olduğu zaman, Zeynep'in 30 TL'lik gelirini tam olarak harcadığı sinema ve gazoz bileşimlerini göstermektedir. Zeynep'in tercihleri fiyatlar değiştiği zaman değişmez, çünkü onun marjinal fayda çizelgesi önceki gibi aynı kalmaktadır. Şimdi sinema harcaması karşılığında birim TL'e düşen marjinal faydayı elde etmek için, Zeynep'in

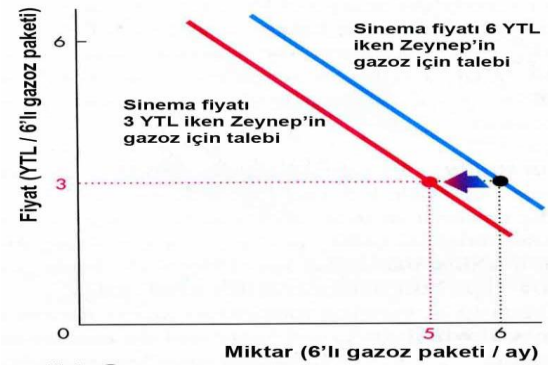
sinemadan elde ettiği marjinal fayda 3 TL'e bölünür.

Zeynep'in sinemanın fiyatındaki bir düşüşe nasıl tepki verdiğini bulmak için, Zeynep'in Çizelge 7.3'deki orijinal seçimi ile Çizelge 7.4'deki yeni faydasını maksimum kılan seçimini karşılaştıralım. Zeynep daha fazla sinema seyrederek (2'den 5'e yükselir) ve daha az gazoz içer (6'dan 5'e düşer). Zeynep gazozun yerine sinemayı ikame etmektedir. Şekil 7.4 bu etkileri gösterir. Sinemanın fiyatındaki bir düşüş Zeynep'in sinema için talep eğrisi boyunca bir hareket (kısım a) ve gazoz için de talep eğrisinde bir değişim (kısım b) ortaya çıkarmaktadır.

ŞEKİL 7.4
Sinema Fiyatlarında bir Düşme



(a) Sinema



(b) Gazoz

Sinemanın fiyatı düştüğü ve gazozun fiyatı da aynı kaldığı zaman, Zeynep'in talep ettiği sinema sayısı artar ve sinema talep eğrisi üzerinde hareket (kısım a) meydana gelir. Ayrıca Zeynep'in gazoz talebi azalır ve gazoz talep eğrisi sola doğru kayar (kısım b)

Gazozun Fiyatındaki Artış

Şimdi gazozun fiyatının 3 TL'den 6 TL'ye yükseldiğini varsayalım. Çizelge 7.5'in satırları, sinemanın her birinin 3 TL ve gazozun altılı paketinin de 6 TL'ye mal olduğu durumda, Zeynep'in 30 TL'lik gelirinin tamamını harcadığı sinema ve gazoz bileşimlerini göstermektedir. Gazozun fiyatı değiştiği zaman, Zeynep'in tercihleri değişmez. Zeynep'in gazozu harcadığı TL başına marjinal faydayı bulmak için Zeynep'in gazozdan sağladığı marjinal faydayı 6 TL'ye bölelim.

Gazoz fiyatındaki artışın Zeynep'in faydasını maksimum kılan seçimi üzerine etkisini bulmak için, Zeynep'in Çizelge 7.4'deki önceki seçimi ile Çizelge 7.5'deki yeni seçimini karşılaştıralım. Gazozun fiyatı arttığı zaman, Zeynep daha az gazoz içer (aylık 5 altılı paketten 2'ye düşer) ve daha çok sinema seyrederek (aylık 5'ten 6'ya çıkar). Zeynep gazozun yerine sinemayı ikame eder. Şekil 7.5, bu etkileri gösterir. Gazoz fiyatındaki artış, Zeynep'in gazoz talep eğrisi üzerinde bir hareket (kısım a) meydana getirir ve sinema talep eğrisini de kaydırır (kısım b).

Marjinal Fayda Teorisi bu iki sonucu tahmin eder:

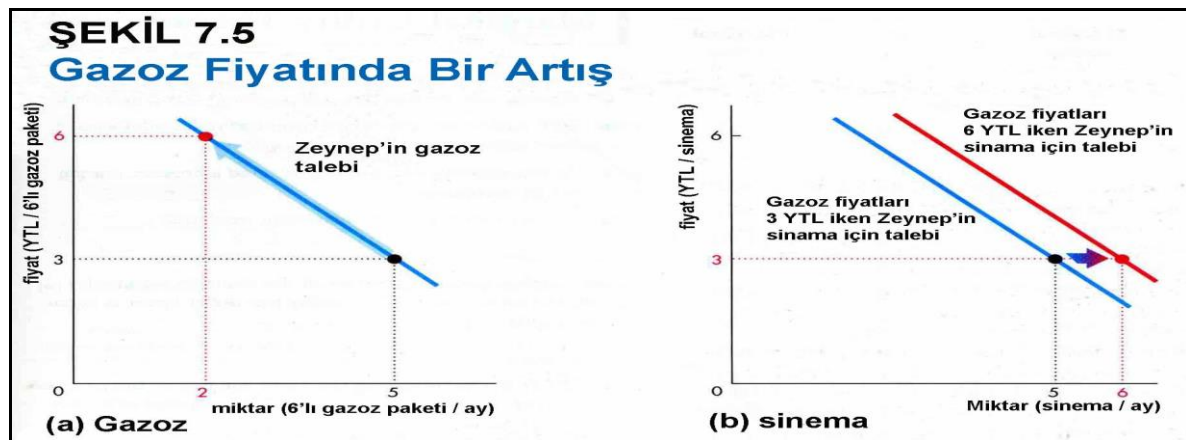
1. Bir malın fiyatı arttığı zaman, bu malın talep edilen miktarı azalır.
2. Bir malın fiyatı arttığı zaman, ikame mal olan diğer malın talebi artar.

Çizelge 7.5. Gazoz Fiyatındaki Bir Değişim Zeynep'in Tercihini Nasıl Etkiler

Sinemalar (3 TL)		Gazoz (Altılı Paket 3 TL)	
Miktar	TL Başına Marjinal Fayda	Miktar	TL Başına Marjinal Fayda
0		5	4.17
2	12.67	4	4.67
4	9.67	3	6.00
6	7.00	2	7.00
8	5.00	1	12.50
10	3.00	0	

Bu aşına olduğumuz birşey midir? Öyle olmalı. Marjinal fayda teorisinin bu varsayımları, Bölüm 3'de talep için yaptığımız varsayımlara karşılık gelir. Bölüm 3'de, bir mal için talep eğrisinin aşağıya doğru eğimli olduğunu ve bir ikame malının fiyatındaki bir artışın talebi artırdığını varsaymıştık.

Şu ana kadar marjinal fayda teorisinin, fiyat değişmelerine tepki olarak insanların talep ettiği mal ve hizmet miktarını nasıl değiştiğini kestirdiğini gördük. Bu teori, diğer bir malın fiyatı değiştiği zaman hem bir mal için talep eğrisinin nasıl kaydığını ve hem de talep eğrisinin şeklini ve pozisyonunu anlamamıza yardım eder. Ayrıca marjinal fayda teorisi talep hakkında ilave bir şeyi daha anlamamıza yardımcı olur ki o da gelir değiştiği zaman talebin nasıl değişeceği konusudur. Şimdi gelirdeki değişimin tüketim üzerindeki etkilerini inceleyelim.



Gazozun fiyatı arttığı ve sinemanın fiyatı aynı kaldığı zaman, Zeynep'in talep ettiği gazoz miktarı azalır ve gazoz talep eğrisi

üzerinde hareket eder (kısım a). Ayrıca Zeynep, sinema talebini artırır ve sinemalar için talep eğrisi sağa doğru değişir (kısım b).

Gelir Artışı

Zeynep'in gelirinin aylık 42 TL'ye yükseldiğini ve bir sinemanın ve altılı gazoz paketinin 3 TL'ye mal olduğunu varsayalım. Bu fiyatlar ve aylık 30 TL'lik gelire, Zeynep'in ayda 5 sinema seyrettiğini ve 5 adet altılı gazoz paketi tükettiğini Çizelge 7.4'de gördük. Zeynep'in bu gazoz ve sinema tercihi ile 42 TL'lik aylık gelire sahip olduğu zamanki tercihini karşılaştırmak istiyoruz. Çizelge 7.6, karşılaştırma yapmak için bazı hesaplamaların yapılması gerektiğini göstermektedir. 42 TL'ye sahip olan Zeynep, ayda 14 sinema seyredebilir ve hiç gazoz satın almayabilir veya ayda 14 adet altılı gazoz paketi satın alabilir ve hiç sinema seyretemeyebilir. Ya da çizelgede satırlarda yer alan iki malın herhangi bir bileşimini tercih edebilir. Daha önce yaptığımız gibi aynı şekilde harcanan TL başına marjinal faydayı hesaplayalım ve sinema ile gazozlara harcanan TL başına marjinal faydaların eşit olduğu durumdaki miktarları bulalım. 42 TL'lik gelire sahip olan Zeynep, 7 sinema seyrettiği ve 7 adet altılı gazoz paketi tükettiği zaman her bir mala harcanan TL başına marjinal fayda birbirine eşit olur.

Çizelge 7.6. Aylık 42 TL'ye Sahip Zeynep'in Tercihleri

Sinemalar (3 TL)		Gazoz (Altılı Paket 3 TL)	
Miktar	TL Başına Marjinal Fayda	Miktar	TL Başına Marjinal Fayda
0		14	3.67
1	16.67	13	4.00
2	12.67	12	4.33
3	11.00	11	4.67
4	9.67	10	5.00
5	8.33	9	5.33
6	7.00	8	5.67
7	6.00	7	6.00
8	5.00	6	6.33
9	4.00	5	8.33
10	3.00	4	9.33
11	2.00	3	12.00
12	1.00	2	14.00
13	0.67	1	25.00
14	0.33	0	

Bu durumu Çizelge 7.4 ile karşılaştırdığımız zaman, aylık ilave 12 TL'ye sahip olan Zeynep'in ayda 2 adet daha fazla altılı gazoz paketi tükettiğini ve 2 adet daha fazla sinema

seyrettiğini görmekteyiz. Zeynep'in bu tepkisi marjinal fayda ile tanımlanan tercihlerinden dolayı ortaya çıkmıştır. Farklı tercihler farklı niceliksel tepkiler ortaya çıkaracaktır. Daha fazla gelire sahip olan tüketiciler, her zaman normal mallardan daha fazla ve fakir (düşük) mallardan daha az satın alırlar. Zeynep için, gazoz ve sinemalar normal mallardır. Çünkü Zeynep'in geliri arttığı zaman, Zeynep her iki maldan da daha fazla satın almaktadır.

Çizelge 7.7, anahtar varsayımları, çıkarımları ve teoremin kestirmelerini özetlemektedir.

Çizelge 7.7 Marjinal Fayda Teorisi

Varsayımlar

- Bir tüketici tükettiği mallardan fayda sağlar.
- Tüketimin ilave her birimi ilave toplam fayda sağlar ve marjinal fayda pozitifdir.
- Tüketilen bir malın miktarı arttığı zaman, marjinal faydası azalır.
- Bir tüketicinin amacı toplam faydasını maksimum kılmaktır.

Çıkarımlar

Eldeki mevcut bütün gelir harcadığı ve harcanan TL başına marjinal fayda bütün mallar için eşit olduğu zaman, toplam fayda maksimum olur.

Kestirmeler

- Diğer şartlar aynı kaldığı zaman, bir malın fiyatı yükselir ise, o malın talep edilen miktarı düşer (talep kanunu).
- Bir malın fiyatı ne kadar yüksek olursa bu malın yerine ikame edilebilen malların talep miktarları da o kadar fazla olur.
- Tüketicinin geliri ne kadar yüksek olursa normal malların talep miktarları da o kadar fazla olur.

Bireysel Talep ve Piyasa Talebi

Marjinal fayda teorisi, bir kişinin gelirini nasıl harcadığını açıklar ve bireyin talep eğrisini çıkarmamızı mümkün kılar. Daha önceki bölümlerde, piyasa talep eğrisini kullanmıştık. Bireysel talep eğrilerinden piyasa talep eğrisini elde edebiliriz. Şimdi bunun nasıl olduğunu görelim.

Bir malın toplam talep edilen miktarı ile onun fiyatı arasındaki ilişki **piyasa talebi** olarak adlandırılır. Bölüm 3’de incelediğimiz piyasa talep eğrisidir. Tek bir birey tarafından talep edilen bir malın miktarı ile onun fiyatı arasındaki ilişki **bireysel talep** olarak adlandırılır.

Şekil 7.6, bireysel talep ve piyasa talebi arasındaki ilişkiyi gösterir. Bu örnekte, piyasada sadece iki bireyin olduğu varsayılmıştır: Zeynep ve İbrahim. Bu nedenle piyasa talebi, Zeynep ve İbrahim’in taleplerinin toplamıdır. Bir sinema 3 TL olduğunda, Zeynep’in aylık sinema talebi 5

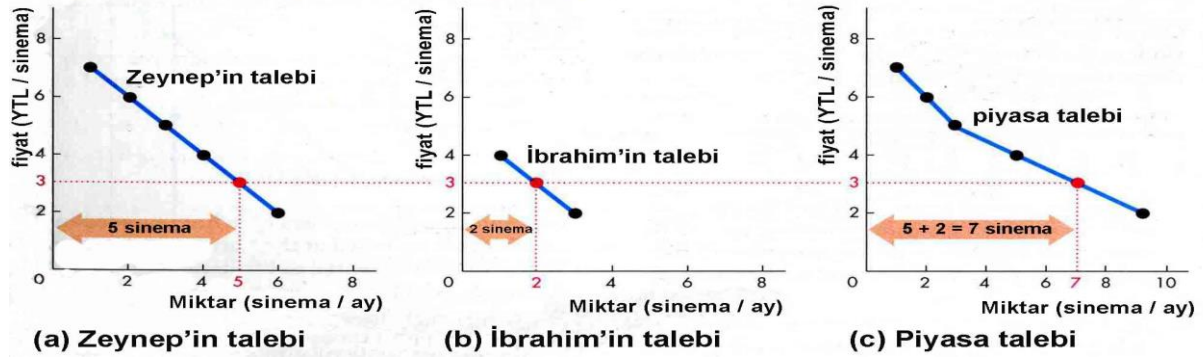
ve İbrahim’inki ise 2’dir. Bu durumda, piyasanın aylık toplam sinema talep miktarı 7’dir. (a) kısmında Zeynep’in, (b) kısmında ise İbrahim’in sinema için talep eğrileri veriliyor. (c) kısmında bunları yatay olarak toplayarak piyasa talep eğrisini elde ediyoruz.

Piyasa talep eğrisi, bireysel talep eğrilerinin yatay toplamıdır ve her bir fiyat için her bir birey tarafından talep edilen miktarlar toplanarak oluşturulur.

Çünkü marjinal fayda teorisi, bireysel talep eğrisinin ve piyasa talep eğrisinin aşağıya doğru eğimli olduğunu tahmin etmektedir.

ŞEKİL 7.6

Kişisel ve Piyasa Talep Eğrileri



Fiyat (sinema başına TL)	Talep Edilen Sinema Miktarı		
	Zeynep	İbrahim	Piyasa
7	1	0	1
6	2	0	2
5	3	0	3
4	4	1	5
3	5	2	7
2	6	3	9

Çizelge ve Şekil, bir sinemanın fiyatı değiştiği zaman talep edilen sinema sayısının nasıl değiştiğini göstermektedir. Çizelgede, piyasa talebi bireysel taleplerin toplamıdır.

Örneğin, 3 TL’lik bir fiyattan Zeynep 5 ve İbrahim 2 sinema talep eder. Böylece piyasada talep edilen toplam miktar 7

sinemadır. Şekilde, piyasa talep eğrisi bireysel talep eğrilerinin yatay toplamıdır. Bu yüzden fiyat 3 TL olduğu zaman piyasa talep eğrisi, Zeynep ve İbrahim tarafından talep edilen miktarların toplamını ifade eden 7 sinema olduğunu gösterir.



Marjinal fayda ve mutluluk

Bir an için insanın tükettiği şeylerden elde ettiği faydanın mutluluk kaynağı olduğunu düşünelim. Azalan marjinal fayda prensibi dikkate alındığında sizce zengin birisiyle fakir birisinin mutluluk açısından bir farkı var mıdır? Zengin kişinin tüketimi fazla olacağından ilave tüketimden elde edeceği fayda çok düşük olacaktır. Hâlbuki fakir kişi düşük bir tüketim seviyesinde yapacağı ilave tüketimden elde edeceği ilave fayda yüksek olacaktır. Sizce zengin mi yoksa fakir mi daha mutludur?