
İŞIK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
E-MBA YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

MAN509T.01 YÖNETİM EKONOMİSİ

PROF. DR. SUAT TEKER

Prof. Dr. Suat Teker
MAN509T Yönetim Ekonomisi
Ders: Tüketici ve Üretici Tercihleri



FEYZİYE MEKTEPLERİ VAKFI
İŞIK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

E-MBA
Yüksek Lisans Programı

ÇALIŞMA SORULARI

1. Devletin yat alım satımından vergi almaya başladığını ve verginin alıcılar tarafından ödeneceğini ve yat piyasasında talebin çok esnek, arzın ise inelastik olduğunu varsayalım. Bu durumda vergi yükünün zengin yat alıcılarına mı yoksa yat üretiminde çalışan işçilere mi yükleneceğini beklersiniz?

ÇALIŞMA SORULARI

2. Tarım sektöründeki teknolojik ilerlemelerin, tarım ürünleri fiyatlarına ve çiftçilerin gelirlerine nasıl yansımaları beklersiniz? Tarım ürünleri esnekliğini nasıl sınıflandırabilirsiniz (esnek / inelastik)?

ÇALIŞMA SORULARI

3. Petrol ihraç eden ülkelerin piyasaya sundukları arz miktarını kısmaları, Türkiye'nin petrol faturasını sizce nasıl etkiler ? Kısa ve uzun dönem etkilerini tartışınız.
4. Acaba Devlet neden hep benzin, sigara, alkol gibi ürünlerin vergi oranlarını arttırır?

ÇALIŞMA SORULARI

5. Şehirdeki bir sinema, yetişkin ve çocuklara aynı fiyattan bilet satmaktadır ve yapmış olduğu araştırma sonucu sinemaya gitme konusunda yetişkinlerin inelastik, çocukların ise esnek talebe sahip olduğunu göstermektedir. Sinema sahibi sizden toplam satış hâsılatını artırmak için yardım talep etmektedir. Sinemanın toplam satış hâsılatını arttırması için nasıl bir fiyat stratejisi tavsiye eder siziz?

6.HAFTA

TÜKETİCİ VE ÜRETİCİ TERCİHLERİ

MARJİNAL FAYDA

TÜKETİCİ DENGESİ

ÜRETİM VE FİRMA

AZALAN VERİMLER YASASI

PROF. DR. SUAT TEKER



Tüketici ve Üretici Tercihleri

- Kıtlık, beraberinde tercih sorununu da yaratır.
- Çünkü tüm isteklerimizi karşılamadaki güçlükler, bizi sınırlı kaynaklarımızı en iyi şekilde nasıl kullanabileceğimiz konusunda seçim yapmaya zorlar.
- Tercih yaparken, tüketici ve üretici için benzer kavram ve kuralları kullanılır.
- Tüketici için fayda ve fiyat kavramları önemli iken; üretici için hasıla, kâr ve maliyet kavramları önemlidir.

Tüketici ve Üretici Tercihleri

- Tüm ekonomik birimler yapacakları tercihlerde, en çok fayda (kâr) sağladıkları mal ve hizmetlere yönelirler.
- Ekonomik birimler bu mal ve hizmetleri, mümkün olan en düşük maliyetle elde etmeye çalışarak (satın alma ya da üretme), elde ettikleri net faydayı (kârı), en yüksek düzeye çıkarma çabası içindedir.

Rasyonel Davranış

- İktisadi düşünme tarzının temel ilkesi, karar alıcıların rasyonel davrandıkları ilkesidir.
- Karar birimleri kendilerine belirli bir amaç veya hedef belirler ve bu amaca ulaşmak için de tercihlerini yaparlar. Bu nedenle, kendi çıkarlarına göre hareket ederler.

Rasyonel Davranış

- Tüketici açısından ele alındığında amaç; elde edilen faydayı veya refahı maksimize etmektir. Burada tüketici için rasyonel davranış, elde etmeyi beklediği faydayı en yüksek düzeye çıkartacak tercihleri yapmasıdır.
- Benzer şekilde üreticiler de kendi çıkarları doğrultusunda tercih yaparlar.

Rasyonel Davranış

- Tüketiciler fayda ve refah maksimizasyonu yapmaya çalışırken, üreticiler de kârlarını maksimize etmeye çalışırlar.
- Kâr, bir ürünün satışından elde edilen kazanç ile bunu üretmek için katlanılan maliyet arasındaki pozitif farktır.
- Gerekli olandan daha fazla kaynak kullanmak, üretimin maliyetini arttıracak ve sonuçta kâr azalacaktır. Bu da üretici açısından rasyonel olmayan bir davranıştır.

Karar Alma

- İktisadi düşünme tarzı, kararların nasıl alındığına ilişkin bazı varsayımları da içerir.
- İktisatçılar karar alınırken, bir eylemin olası fayda ve maliyetlerinin göz önüne alındığını kabul ederler.
- Maliyetler ve fayda kişiden kişiye farklılık gösterdiği için, kararlar da farklılık gösterebilir.
- Elde edilen faydada veya katlanılan maliyetlerde meydana gelecek bir değişme, tercihleri de etkileyecektir.
- Böylece, ekonomik birimlerin olası davranışlarını öngörebilmek mümkün olabilmektedir.

Karar Alma

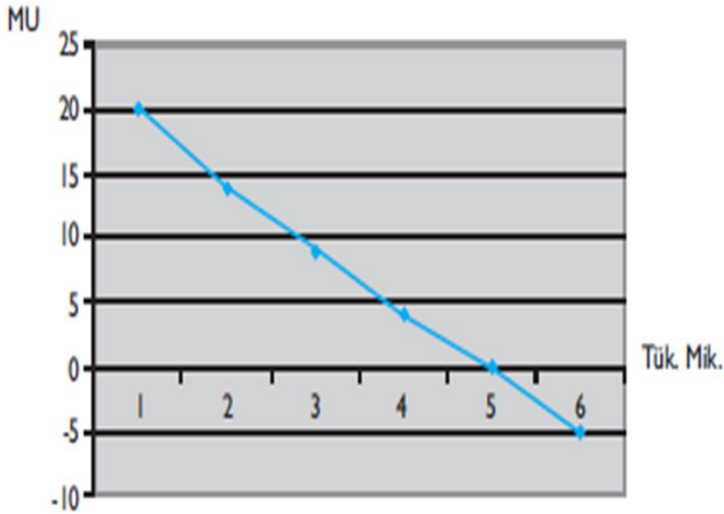
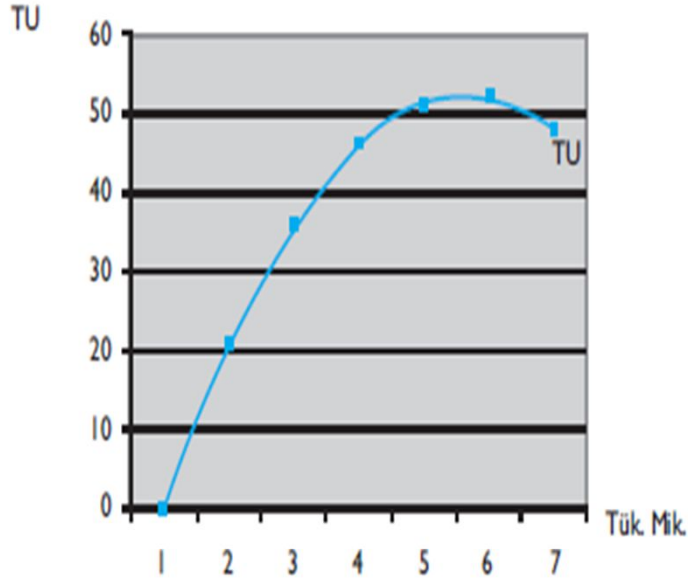
- Örneğin, bol kalorili bir akşam yemeğinin yenmesi konusunda tüketiciler, olası fayda (güzel ve leziz bir yemek gibi) ile maliyetleri (kolesterol ve kilo problemi) karşılaştırırlar.
- Eğer bu akşam yemeğinin faydası maliyetlerini karşılıyorsa, tüketici bu yemeği yiyecektir. Aksine kilo ve kolesterol sorunu olan bir tüketici ise, bol kalorili yemeklerden uzak durmaya çalışacak ve daha hafif yiyecekleri tercih edecektir.

Marjinal Analiz

- **Marjinal analiz**, mevcut koşullar değiştiğinde ortaya çıkacak yeni durumun nasıl değiştiğinin incelenmesidir.
- Örneğin, bir öğrenci iktisat çalışmak için haftada 5 saat yerine 6 saat ayırmaya karar verdiğinde, marjinal analize göre hareket ediyor demektir.
- Sadece tüketiciler değil, üreticiler de karar alırken marjinal analize bağlı kalarak hareket ederler.
- Örneğin, bir üretici firma daha çok işçi çalıştırdığında, üretiminin ne kadar artacağına bakar.

TÜKETİCİ DENGESİ - Tercih ve Fayda

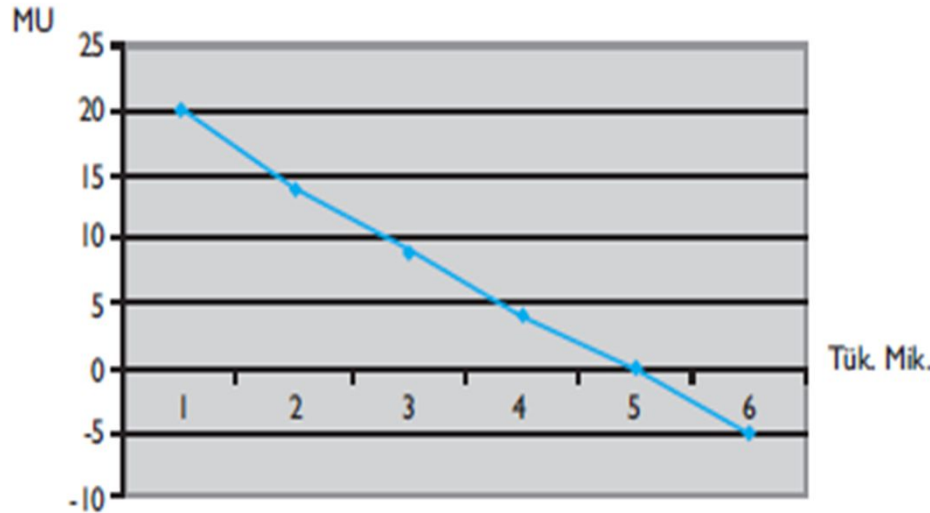
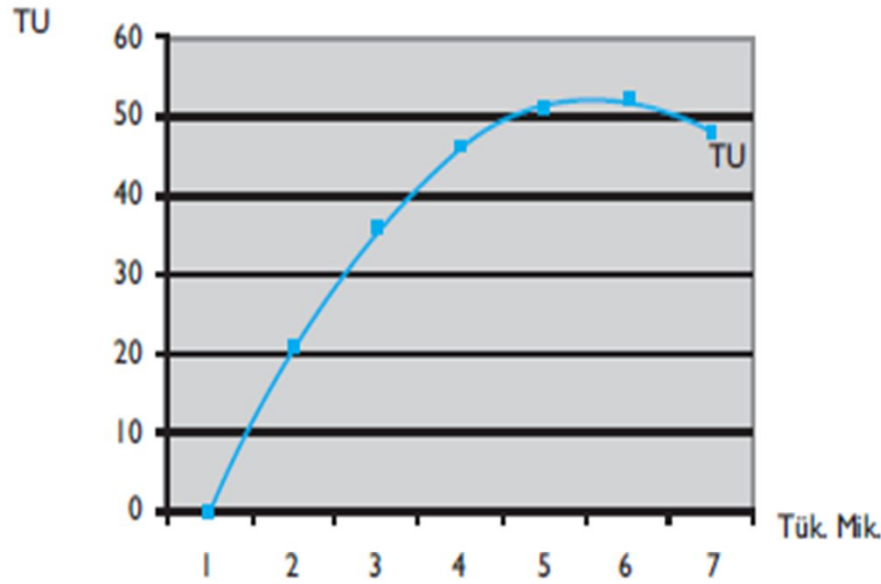
- Tüketiciler, kendilerine en yararlı (faydalı) olanı seçme çabası veya elde edilen faydayı en yüksek düzeye çıkartma (fayda maksimizasyonu) gayretindedirler.
- **Fayda**, bireyin tüketilen mal ve hizmetten elde edeceği memnuniyettir. Gerçek yaşamda kişinin elde edeceği memnuniyetin veya faydanın ölçülüp ölçülemeyeceği iktisatçılar arasında tartışma konusudur.
- Tartışmaya taraf olanlardan bir kısmı, faydanın ölçülebileceğini öne sürmüşlerdir.
- Faydayı ölçmek için “util” adı verilen bir birim ya da doğrudan parayı kullanmışlardır.



İçilen Çay Miktarı	Toplam Fayda (TU)	Marjinal Fayda (MU)
0	0	0
1	20	20
2	34	14
3	43	9
4	47	4
5	47	0
6	42	-5

Toplam ve Marjinal Fayda

- Belirli bir dönemde, bireyin diğer mal ve hizmet tüketimleri sabit iken, bir malın çeşitli miktarlarının tüketilmesi sonucu ulaşılan tatmin düzeyi, **toplam fayda** olarak tanımlanır ve TU harfleriyle ifade edilir.
- Diğer bir ifadeyle toplam fayda, bir kişinin mal ve hizmet tüketiminden aldığı yarar veya tatmin toplamıdır.
- Fayda birimi olarak **util** kullanıldığında, toplam fayda fonksiyonu, bu malın tüketilen miktarına sayılar verilerek oluşturulur.



Toplam ve Marjinal Fayda

Marjinal fayda, belirli bir zaman diliminde bir maldan bir birim daha fazla tüketilmesi sonucunda toplam faydada meydana gelen değişimdir.

$$MU_x = \Delta TU_x / \Delta Q_x$$

Azalan marjinal fayda, bir malın ilave miktarları tüketildikçe, elde edilecek marjinal faydanın gittikçe azalacağını ifade eder.

Toplam faydanın maksimum olduğu noktada, marjinal fayda sıfıra eşittir.

Tüketici Dengesi: Fayda Maksimizasyonu

- Tüketicinin amacı, mal ve hizmetler tüketerek en yüksek fayda düzeyini sağlayan mal bileşimlerini seçmektir.
- Burada sorun, tüketicinin ne kadar mal tüketmesi halinde, elde ettiği faydayı maksimize edeceğidir.
- İktisat teorisi, tüketicilerin tercihleri açısından geliştirilen bir kuralı kullanarak, bu konuya cevap aramaktadır.

- **Fayda maksimizasyonu** kuralı adı verilen bu kurala göre; tüketici, bir mal için harcadığı paranın marjinal faydasının, bir başka mala harcadığı paranın marjinal faydasına eşit olduğu noktada, faydayı maksimize eder.
- Örneğin, bir tüketicinin yalnızca çay ve börek tükettiğini varsayarsak, elde edilecek faydanın maksimize edilebilmesi için, aşağıdaki eşitliğin sağlanması gerekir.

Bir Bardak Çayın Marjinal Faydası

Bir Dilim Böreğin Marjinal Faydası

Bir Bardak Çayın Birim Fiyatı

Bir Dilim Böreğin Birim Fiyatı

Börek(dilim/hafta)	MU _{börek}	Çay(bardak/hafta)	MU _{çay}
3	24	1	16
4	20	3	14
5	16	5	12
6	12	7	10
7	8	9	8

Börek(dilim/hafta)	MU _{börek}	Çay(bardak/hafta)	MU _{çay}
3	24	1	16
4	20	3	14
5	16	5	12
6	12	7	10
7	8	9	8

1 dilim börek 4 TL ve bir bardak çay 2 TL ise;

$$\frac{MU_{börek}}{P_{börek}} = \frac{16}{4} = 4$$

$$\frac{MU_{çay}}{P_{çay}} = \frac{12}{2} = 6$$

$$\frac{MU_{börek}}{P_{börek}} = \frac{24}{4} = 6$$

$$\frac{MU_{çay}}{P_{çay}} = \frac{8}{2} = 4$$

$$\frac{MU_{börek}}{P_{börek}} = \frac{20}{4} = 5$$

$$\frac{MU_{çay}}{P_{çay}} = \frac{10}{2} = 5$$

Börek(dilim/hafta)	MU _{börek}	Çay(bardak/hafta)	MU _{çay}
3	24	1	16
4	20	3	14
5	16	5	12
6	12	7	10
7	8	9	8

1 dilim börek 4 TL ve bir bardak çay 2 TL ise;

$$\frac{MU_{börek}}{P_{börek}} = \frac{20}{4} = 5$$

$$\frac{MU_{çay}}{P_{çay}} = \frac{10}{2} = 5$$

- Tüketici, 4 dilim börek ve 7 bardak çay içerek, dengeye gelecektir.
- Tüketici sınırlı (kıt) gelir imkanları ve kendisi tarafından belirlenmeyen piyasa fiyatları ile çay ve börek tercihleri üzerine kararını belirlemiştir.
- Karar aşamasında; gelir miktarı, malların piyasa fiyatları, toplam ve marjinal fayda ile toplam faydanın maksimizasyonu ilkesi, tüketicinin kullandığı değişkenler olmuştur.

ÜRETİCİ TERCİH VE KARARLARI

- Üretim, insanların ihtiyaçlarını dolaylı veya doğrudan karşılayacak mal ve hizmetleri ortaya çıkartma çabasıdır.
- retimi gerçekleştiren ve bunların satışı konusunda karar veren ekonomik birime, **firma** dendiğini de biliyoruz.
- Firma, bir büfe olabileceği gibi, büyük bir alışveriş merkezi veya bir fabrika olabilir. Firmalar, piyasaya sunacakları mal ve hizmetleri üretebilmek için, bir takım maliyetlere katlanmak zorundadır.

ÜRETİCİ TERCİH VE KARARLARI

- Firma kârını maksimize etmeye çalıştığı için, üretimini en az maliyetle gerçekleştirme çabası içerisindedir.
- Firmanın üretip piyasaya süreceği ürünün miktarı;
 - ✓ firmanın katlandığı maliyetler ve
 - ✓ ürünün piyasa satış fiyatına göre belirlenir.

ÜRETİM FONKSİYONU

- Bir ekonomide temel üretim birimi, firmadır.
- Firmalar, üretim faktörlerini veya diğer adıyla girdileri satın alarak, mal ve hizmetleri üretmek amacıyla bunları bir araya getirirler.
- Kullanılan girdilerin miktarı, belli bir zaman dilimi içerisinde elde edilecek ürünün miktarını belirler.
- Veri teknoloji çerçevesinde, bir ürünün miktarının arttırılması, girdilerin arttırılmasına bağlıdır.

ÜRETİM FONKSİYONU

- Girdiler ile elde edilen ürünler arasındaki bu bağılılık ilişkisi, üretim fonksiyonu ile ifade edilir.
- Belirli bir zaman diliminde kullanılan alternatif girdi bileşimlerini olası maksimum çıktı ile ilişkilendiren üretim fonksiyonu aşağıdaki şekilde formüle edilebilir.

$$Q^* = f(L, K, T, t)$$

Bu fonksiyona göre, herhangi bir firmanın olabilecek maksimum üretimi (Q^*), kullanılan emek (L), sermaye (K) ve doğal kaynakların (T) miktarına ve teknoloji (t) düzeyine bağlıdır.

ÜRETİM FONKSİYONU

- Üretim sürecinde kullanılan girdiler sabit ve değişken olmak üzere iki grupta değerlendirilir.
- Üretim sürecinde kullanılan bazı girdiler, ürün miktarındaki değişme karşısında, belirli bir süre için, ne artar ne de azalır. Bu girdiler **sabit girdiler** olarak tanımlanır.
- Oysa **değişken girdiler**, arzu edilen üretim düzeyine bağlı olarak değişir.

ÜRETİM FONKSİYONU

- Değişken ve sabit girdiler arasında ayırım yaparken, zamanın önemini de vurgulamak gerekir.
- Örneğin, imalat yapan bir firma için bina sabit bir girdidir. Çünkü kısa sürede binayı büyütmek olanaksızdır.
- Fakat kullanılan emek ve hammadde, değişken girdilerdir. Ancak yeteri kadar uzun bir zaman dilimi göz önüne alındığında, bina genişletilebilir, hatta yenisi inşa edilebilir.
- Dolayısıyla uzun dönemde sabit girdiler de değişken girdi olarak nitelendirilir.

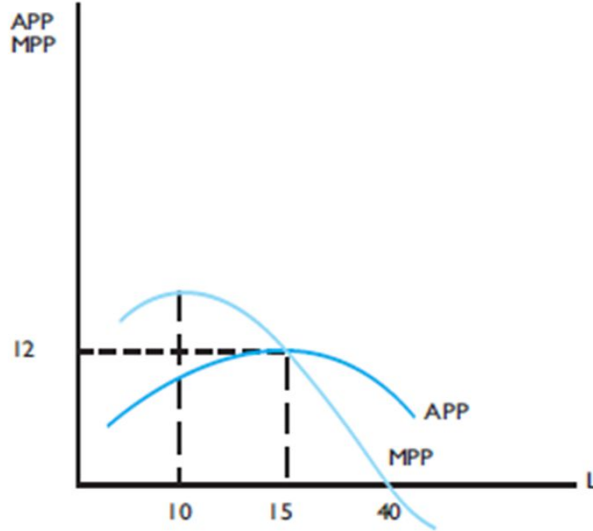
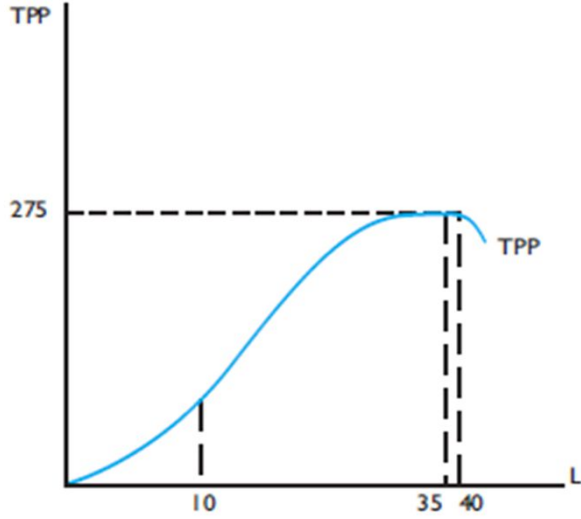
Kısa Dönem

- Üretime ilişkin temel kavramları açıklayabilmek için en kolay yol, üretim fonksiyonunda yer alan girdilerden sadece bir tanesinin değişebildiği bir süreci incelemektir.
- İktisadi analizde üretim faktörlerinden sadece bir tanesinin değiştirilmesine olanak tanıyan bu süre, kısa dönem olarak adlandırılır.

Toplam, Ortalama ve Marjinal Fiziki Üretim

- Diğer girdiler sabitken, değişken girdi olan emek miktarı artırılırsa, üretim sıfırdan başlayarak artmaya başlar.
- Üretim önce yükselen oranlarda artarken, belli bir düzeyden sonra ise, gittikçe azalan oranlarda artar. Hatta değişen girdi gereğinden fazla arttırılırsa, üretimde azalmaya bile neden olabilir.

Toplam,
Ortalama, ve
Marjinal
Fizik Ürün
Eğrilerinin
İlişkileri

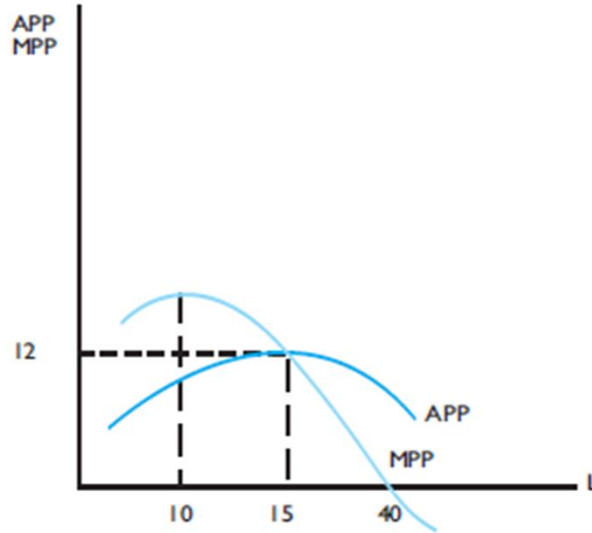
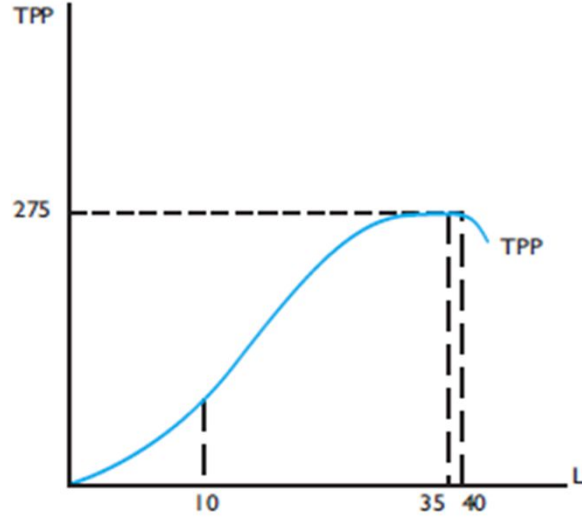


L	TPP	APP	MPP
0	0	-	-
5	50	10	10
10	120	12	14
15	180	12	12
20	220	11	8
25	250	10	6
30	270	9	4
35	275	7.86	1
40	275	7.86	0
45	270	6	-1

Toplam, Ortalama ve Marjinal Fiziki Üretim

- Değişken girdi miktarının arttırılmasına bağlı olarak elde edilen çıktıya, **toplam fiziki ürün** denir ve TPP ile gösterilir.
- Üretimin düşük olduğu başlangıç düzeyinde, bir birim değişken girdi, yani bir birim emek başına düşen sabit girdi miktarı fazla olduğu için, sabit girdilerden bir kısmı atılacaktır.
- Bu durumda, üretim sürecine dahil edilen ilave emek, bir yandan atıl kapasitenin kullanılmasına olanak verirken, diğer yandan uzmanlaşmayı arttıracığından, üretim daha fazla artacaktır.

Toplam,
Ortalama, ve
Marjinal
Fizik Ürün
Eğrilerinin
İlişkileri



- Diğer değişkenler sabitken, belli bir üretim miktarına ulaşıncaya kadar, artan emek miktarı başına artan verimlilik söz konusudur.
- Ancak, değişken ve sabit girdi arasında optimal (en uygun) bileşime ulaştıktan sonra, emek artışı sürdürülürse, emek başına düşen sabit girdi azalacaktır.
- Böylece, emek birimi başına verimin azalması durumu ortaya çıkacaktır.
- Bu durum ekonomi biliminde **azalan verimler yasası** olarak tanımlanır.

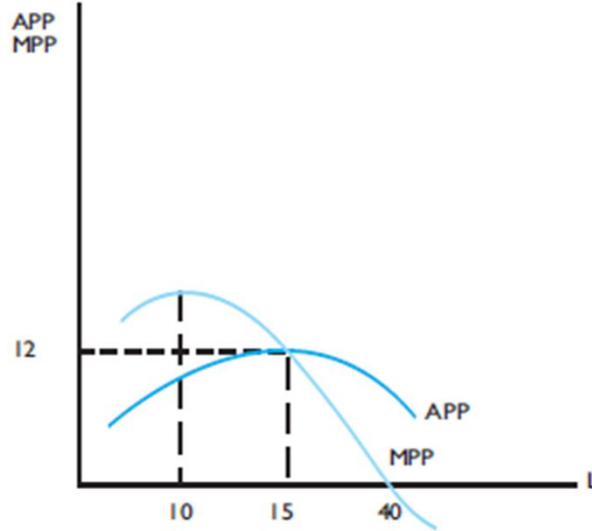
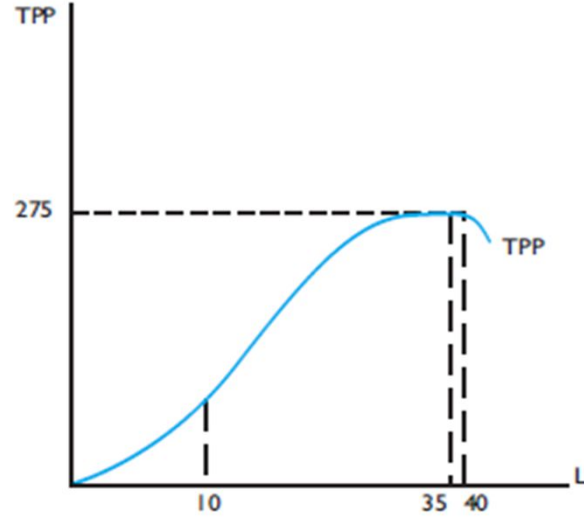
-
- Firma yönetimi, bir işe ilave bir işçi almadan önce şunu bilmek isteyecektir. Acaba, işçi sayısı artarken ($\Delta L=1$), üretim ne kadar artacaktır ($\Delta Q=?$) ?
 - Kısaca, son işçinin sağlayacağı marjinal fiziki ürün ne kadar olacaktır?
 - Bu çerçevede **marjinal fiziki ürün**, emek miktarındaki bir birimlik değişimin, toplam ürün miktarında meydana getirdiği değişim olarak tanımlanır.
 - **Emeğin marjinal fiziki ürünü MPP_L** kısaltması ile gösterilir.
 - Marjinal fiziki ürün, emek veriminin nasıl bir seyir izlediğini gösterir, bu yüzden emeğin marjinal verimliliği (MP_L) olarak da adlandırılır.

$$MPP_L = (\Delta TPP / \Delta L)$$

-
- Emegın **ortalama fiziki ürün** (APP_L) ise, emek birimi başına elde edilen ürün miktarıdır.
 - APP_L , toplam fiziki ürünün, kullanılan emek miktarına oranlanmasıyla hesaplanır.

$$APP_L = (TPP / L)$$

Toplam,
Ortalama, ve
Marjinal
Fizik Ürün
Eğrilerinin
İlişkileri



- Toplam fiziki ürünün maksimum, marjinal fiziki ürünün sıfır olduğu noktadan sonra, üretim sürecine kısa dönemde eklenecek her ek emek miktarının, marjinal verimi negatif olurken, TPP eğrisi de aşağıya doğru yönelecektir.
- Kısaca, kırkinci emek miktarından sonra, ek emek miktarının üretime katkısı, negatiftir.
- Eğer her emek biriminin marjinal fiziki ürünü, ortalama fiziki ürünün üzerinde ise, emek birimi başına ürün yükselecektir.
- Eğer emek biriminin marjinal fiziki ürünü, ortalama fiziki üründen daha az ise, ortalama fiziki ürün azalmaya başlayacaktır. Sonuçta, marjinal fiziki ürün eğrisi, ortalama fiziki ürün eğrisini maksimuma ulaştığı noktada keser.

Uzun Dönemde Üretim

- Uzun dönemde, üretim fonksiyonundaki bütün girdiler değiştirilebilmektedir.
- Tüm girdilerin değişken olduğu uzun dönemde, azalan verimler kanunu artık işlemez.
- Uzun dönemde, tüm girdilerin miktarlarının değiştirilebilir olması, **ölçek ve ölçek verimliliği** kavramlarını ortaya çıkarır.

Uzun Dönemde Üretim

- Girdilerin miktarlarının aynı oranda değişmesi, üretim ölçeğinin değişmesi anlamındadır.
- Girdilerdeki değişimle beraber üretim ölçeği değiştiğinde, çıktı miktarındaki değişime bakılarak, ölçeğin verimi hakkında karar verilebilir.
- Üç farklı ölçek verimi tanımlanabilir; ölçeğin **sabit, artan ve azalan verimleri** olarak isimlendirilir.

Uzun Dönemde Üretim

- Girdilerdeki artış oranı ile çıktıdaki değişim oranı aynı ise, **ölçeğe göre sabit verim** söz konusudur.
- Örneğin, kullanmakta olduğumuz üretim faktörlerini iki misli arttırdığımızda, çıktı miktarı da iki kat artıyorsa, ölçeğin sabit verimli olduğu söylenebilir.
- Üretim faktörlerindeki artış, oransal olarak üretimdeki artıştan yüksek olursa, bu durum **ölçeğe göre azalan verim**lerin bir göstergesidir.
- **Ölçeğe göre artan verimlilik** durumunda ise, üretimdeki artış, oransal olarak girdilerdeki artıştan daha yüksektir.

Faktör Bileşiminin Seçimi

- Bir firma, üretim yaparken üretimde kullanması gerekli üretim faktörlerinin (girdilerin) bileşimini ve miktarını nasıl belirlemelidir?
- Firma, bu soruları cevaplarken iki çeşit bilgiden hareket eder; farklı üretim faktörleri (girdi) miktarları için, her bir üretim faktörünün (emeğin ve sermayenin) marjinal fiziki ürünü ve her bir üretim faktörünün (girdinin) fiyatıdır.
- Bir üretim faktörünün (girdinin) marjinal fiziki ürünü, söz konusu girdinin bir birim artırılması durumunda, toplam fiziki üründe (üretimde) ortaya çıkan artıştır.
- Girdideki artış ile birlikte artan üretimin piyasada satılması sonucunda elde edilen gelir ise, bu girdi için **marjinal ürün değeri (MRP)** olarak adlandırılır. Bu tanımda parasal gelir dikkate alınmaktadır.

$$MRP_L = MPP_L \times P_x$$

- Girdinin marjinal fiziki ürün değeri, girdinin maliyetinden (fiyatından) daha fazla ise, firma için o girdiyi fazla kullanmak daha avantajlıdır. Aksine, girdinin MRP değeri girdi fiyatından düşük ise, firma için girdi kullanımını azaltmak yararlıdır.
- Bir üretim faktörü için optimal girdi kullanım düzeyi, girdinin marjinal fiziki ürün değerinin girdi fiyatına eşit olduğu seviyedir.
- Bu durumu emek ve sermaye girdisi için açıklayacak olursak, emeğin marjinal ürün değeri (MRP_L) emek fiyatına yani ücrete (w) eşit olmalıdır ve sermayenin marjinal ürün değeri (MRP_K) sermayenin fiyatına yani faize (r) eşit olmalıdır. **$MRP_L = w$, $MRP_K = r$**

- Üretim kararı verecek olan firma, faktör bileşimini seçerken her bir girdinin marjinal fiziki ürününün yanında, girdinin fiyatını da dikkate almak zorundadır.
- Üreticinin veri bir girdi ve üretim düzeyi için, marjinal fiziki ürünü nispi olarak diğerlerinden yüksek olan bir girdiyi ve/veya diğerlerine göre fiyatı düşük olan girdiyi daha fazla kullanması, optimal faktör bileşimi için gereklidir.
- İki girdi kullanan bir firma için optimal (en uygun) faktör bileşimi,

$$MPP_L / P_L = MPP_K / P_K \quad \text{veya} \quad MPP_L / w = MPP_K / r$$

ÇALIŞMA SORULARI

1. Firmaların üretim ve üretim süreci ile ilgili karar alırken, kâr maksimizasyonu amacını öne çıkaracağı varsayılır. Günümüzde büyük şirketlerin yönetimi, profesyonel yöneticilere devredilmekte ve bu yöneticiler de diğer çalışanları istihdam etmektedir. Yöneticilerin ve diğer çalışanların firma sahiplerinin arzuladığı gibi kâr maksimizasyonu amacı ile çalışacaklarından, nasıl emin olabiliriz? Yöneticiler ve diğer çalışanlar kendi çıkarlarını gözeterek firmanın kârının azalmasına yol açabilirler mi?

ÇALIŞMA SORULARI

2. Bir fastfood restoran zincirinin reklamına göre, haftanın belirli günlerinde belirli saatler arasında “yiyebildiğiniz kadar” uygulaması yapılmaktadır. Bu kampanyada sözü edilen gün ve saatlerde sabit bir ücret ödeyerek yiyebildiğiniz kadar fastfood ürününü, herhangi bir ek bedel ödemeksizin yiyebilirsiniz. Sizce bu tür bir uygulama ile firma ciddi bir zarar riski üstlenmekte midir? Amacı elde ettiği kârı maksimum düzeye çıkartmak olan bir firmanın, bu davranışını azalan marjinal fayda ilkesi ile açıklayabilir misiniz?

Haftaya görüşmek üzere...