

Doğru-Yanlış Soruları:

1. İnsan ihtiyaçlarını doğrudan ya da dolaylı olarak karşılama özelliğine sahip ve bu amaçla kullanılmaya hazır olan fiziksel varlıklara hizmet denir.
a) Doğru b) Yanlış
2. Tüketicinin ihtiyaçlarını doğrudan karşılayan mallar üretim malı olarak adlandırılırken, tüketici ihtiyaçlarını dolaylı olarak karşılayan mallar tüketim malı olarak adlandırılmaktadır.
a) Doğru b) Yanlış
3. Sınırsız insan ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik kıt mal ve hizmetlerin miktar ya da faydalarını arttırmaya yönelik çabalara marjinal fayda denir.
a) Doğru b) Yanlış
4. Belirli bir ihtiyacın karşılanmasında birlikte kullanılan, biri olmadan diğerinin bir işe yaramadığı mallara ikame mallar denir.
a) Doğru b) Yanlış
5. Ekonomi üretim olanakları eğrisi üzerindeki bir noktada üretimde bulunuyorsa, ekonomideki kaynaklar tam ve etkin bir şekilde kullanılıyor demektir.
a) Doğru b) Yanlış
6. Üretim artışının yüzde ifadesine Gayri Safi Milli Hasıla denilmektedir.
a) Doğru b) Yanlış
7. Toplum ihtiyaçlarını karşılayacak olan kıt kaynakların koordinasyonunun sağlandığı organizasyonlara işletme adı verilir.
a) Doğru b) Yanlış
8. Karma ekonomik sistemde yapılan planlar, kamu sektörü için yol gösterici, özel sektör için emredici niteliktedir.
a) Doğru b) Yanlış
9. Bir mal ya da hizmetin değişim değerinin bir başka mal veya hizmet cinsinden ifadesine kullanım değeri denir.
a) Doğru b) Yanlış
10. Alıcı ve satıcıların tek başına piyasa fiyatını etkileyemeyecek kadar çok sayıda olmaları Mobilite şartı ile ifade edilirken; türdeşlik şartı alıcı ve satıcıların piyasada olup bitenler hakkında tam bir bilgiye sahip olmalarını ifade eder.
a) Doğru b) Yanlış
11. Bir piyasada dengenin oluşabilmesi için, pozitif eğimli bir talep eğrisi ile negatif eğimli bir arz eğrisinin keşişmesi gerekir.
a) Doğru b) Yanlış
12. Birim esnek, sıfır esnek ve esnekliği sonsuz olan özel talep eğrileri üzerindeki her noktada esneklik aynıdır.
a) Doğru b) Yanlış
13. Tüketiminin ertelenmesi mümkün olmayan zorunlu malların talep esnekliği yumuşak iken lüks malların talep esnekliği serttir.
a) Doğru b) Yanlış
14. İkame olanağı fazla olan malların talep esnekliği yumuşak iken ikame olanağı az olan malların talep esnekliği serttir.
a) Doğru b) Yanlış

15. Talep esnekliği yüksek olan mallarda üreticinin satış hasılatı, malın fiyatı düştüğünde azalır, malın fiyatı arttığında artar.
a) Doğru b) Yanlış
16. Fırsat maliyeti, en iyi diğer tercihin değerini gösterir.
a) Doğru b) Yanlış
17. Fırsat maliyeti, aldığımız bir karar için nelerden vazgeçmeniz gerektiğidir,
a) Doğru b) Yanlış
18. Talep eğrisi, iki boyutlu bir grafikte fiyat ile tüketicinin satın almak istediği miktar arasındaki ilişkiyi gösterir.
19. Arz eğrisi, negatif eğimlidir.
20. Eğrinin bir noktadaki eğimi, eğriye, o noktada teğet olan bir doğrunun eğimi ölçülerek bulunur.
21. Bir eğrinin eğimi, değişik noktalarda değişik değerler alır,
22. Kıtlık, iktisadın temel konusudur.
23. Mal üretiminde herhangi bir sınır yoktur, çünkü fabrikalar bunlardan her zaman artan miktarlarda üretebilir.
24. Tam istihdam seviyesinde, bir üründen bir birim daha fazla üretmek için bir diğerinden daha az üretmeyi göze almak gerekir.
25. İktisatçılar; sınırlı kaynaklarla, hanehalkı, firmalar, hükümet ve genel olarak bütün topluma açık olan tercihlerin neler olduğunu incelerler.
26. Herhangi bir kararın fırsat maliyeti, seçilmeyen en iyi alternatifin vazgeçilen değeridir.
27. Üretim olanakları eğrisi, bir üreticinin üretebileceği değişik ürünlerin bileşimini gösterir.
28. Üretim olanakları eğrisi, sınırlı iktisadi kaynakların varlığından dolayı, sağa-aşağıya doğru eğimlidir.
29. Üretim olanakları eğrisi, orijine göre dışbükeydir.
30. Üretim olanakları eğrisinin eğimi, fırsat maliyeti kavramının grafiksel gösterimidir.
31. Fırsat maliyeti kavramı, bütün bir toplum için, tek bir hane halkına göre daha önemlidir.
32. Cari tüketim yerine, gelecekte yapılması düşünülen tüketime ne kadar kaynak ayrılacağına karar verilmesi, toplumun hangi hızla ekonomik büyüme konusunda karar verdiğini gösterir.
33. Bugün daha fazla yatırım malı üretmeye karar veren bir toplum, gelecekte daha fazla mal ve hizmet üretimi yapmaya karar vermiş demektir.
34. Planlamanın yapıldığı ekonomilerde piyasa ekonomilerine göre daha fazla yatırım malı üretilir.
35. “Etkinlik” kaynakların hiçbir şekilde israf edilmemesi demektir.
36. Etkinliğin olması demek, üretimin, üretim olanakları eğrisi üzerinde yapılıyor olması demektir.
37. İktisatçılar etkinliği, fırsat maliyetini minimum kılan üretim miktarı olarak tanımlarlar.
38. Üretim olanakları eğrisinin altındaki bir noktada üretim, bütün kaynakların tam istihdam edildiğini gösterir.
39. Bir toplum üç karar almalıdır: Ne üretilecek? Nasıl üretilecek? Nasıl bölüşülecek?

40. Arz ve talep grafikleri, arz edilen ve talep edilen miktarlarla fiyat arasındaki ilişkiyi gösterir.
41. Tavan fiyat satıcıları, taban fiyat müşterileri korumak için düşünülmüştür.
42. “Talep”, piyasadaki her bir kişi için düzenlenen miktarlar serisidir.
43. Talep, değişik fiyatlara tekabül eden talep edilmiş miktarlardan oluşan alternatifler serisidir.
44. Talep şedülü, bir ürünün, talep edilen miktarları ile fiyatları arasındaki ilişkiyi gösteren bir tablodur.
45. Talep eğrisi, diğer bütün faktörlerin sabit tutulduğu bir durumda, fiyat ve talep edilen miktar arasındaki ilişkiyi gösterir.
46. Fiyat yükseldikçe, yeni üreticiler üretime başlamak isteyeceklerdir.
47. Fiyat yükseldikçe arz edilen miktar artmayacağı için arz eğrisi pozitif eğimlidir.
48. Aynı grafikte arz ve talep eğrilerini çizerek fiyatın nasıl belirlendiğini görebiliriz.
49. “Denge”, bir değişikliği yaratmayacak güçlerin olmadığı durumu anlatır.
50. Fiyat denge seviyesinin altında oluşmuşsa söz konusu ürünün satışında kıtlık oluşur.
51. Fiyat denge seviyesinin üstünde oluşmuşsa, üreticiler, tüketicilerin satın almak istedikleri miktarın üzerinde arz etmek isterler.
52. Fiyat denge seviyesinin üstünde oluşması, bu ürünün normalden fazla üretilmesine yol açar.
53. Denge fiyatından uzaklaşma, sadece dış etkenlerin dengeyi bozmasının bir sonucudur.
54. Fiyat seviyesi denge seviyesinin üstünde oluşmuşsa, fiyat düşürme; arz edilen miktar talep edilen miktarı aştığı sürece devam etmelidir.
55. Talep veya arz eğrilerinden herhangi birinin kaymasına yol açacak bir olay denge fiyatı ve miktarının da değişmesine yol açar.
56. Girdilerin elde edilmesinde maliyetlerin düşmesine yol açan yeni teknolojiler talep eğrisinin kaymasına yol açar.
57. Soğuk geçen bir kış, her fiyat seviyesinde, kömür talebinin artmasına yol açar.
58. Talep eğrisi sağa doğru kayarken arz eğrisi değişmezse, fiyat düşer.
59. Talep eğrisini sola doğru kaydıran, fakat arz eğrisini etkilemeyen herhangi bir olay denge fiyatının düşmesine ve miktarının artmasına yol açar.
60. Tüketici taleplerinin belli bir cep telefonu üzerinde yoğunlaşması, bu tür telefonun talep eğrisinin sol aşağıya kaymasına yol açar.
61. Maliyet düşüren teknolojiler, üreticilerin karlarını arttırırlar; fakat arz eğrisi üzerinde bir etkileri olmaz.
62. Karaborsa, talep edilen miktar arz edilen miktardan büyük olursa oluşur.
63. Karaborsa fiyatları, satıcıların çok satış yapma istekleri yüzünden, denge fiyatının altında oluşur.
64. Tüketici gelirindeki bir artış, arz ve talep eğrilerinin kaymalarına yol açar.

65. Denge fiyatı ve miktarı, arz-talep eğrilerinin kesişmesi ile belirlenir.
66. Mikro iktisat bireysel büyüklüklerin karar alma davranışları ile, makro iktisat ise bütün ekonomideki davranışlarla ilgilenir.
67. “Türk ekonomisinde toplam üretim yüzde 5 artış gösterdi” şeklindeki bir haber, bir önceki yıla göre bütün ürünlerden yüzde 5 daha fazla üretildiğini gösterir.
68. Mikro iktisadi analizde, enflasyon oranı ve işsizlik oranı gibi kurumların incelenmesi; kaynak dağılımı ve gelir dağılımı kanunlarından daha önemlidir.
69. Azalan marjinal fayda kanununa göre, o üründen alınan ek miktarlarla, toplam fayda azalma gösterecektir.
70. Azalan marjinal fayda kanununun bir sonucu da, talep eğrisinin pozitif eğimli olmasıdır.
71. Gelir yükseldikçe, birçok tüketici, düşük mallardan talep ettikleri miktarı arttıracaklardır.
72. Ürün, düşük mal değilse, ikame etkisi ve gelir etkisi birbirlerinin etkilerini arttıracaklardır.
73. Bütün düşük malların talep eğrisi pozitif eğimlidir.
74. Kayıtsızlık eğrisi ve bütçe doğrusu, tüketici tercihi konusuna geometrik olarak bakmamızı sağlarlar.
75. Bütçe doğrusu, tüketicinin satın alabileceği iki ürün maksimum bileşimlerinden oluşur.
76. Bütçe doğrusunun eğimi, iki ürünün fiyatlarının oranıdır.
77. Gelirdeki bir artış, bütçe doğrusunun paralel olarak sağa kaymasına yol açar.
78. Ürünlerden birinin fiyatındaki değişim, bütçe doğrusunda paralel bir kaymaya yol açar.
79. Orijiine daha yakın olan noktalar, orijinden uzak olan miktarlara tercih ediliyorlar demektir.
80. Kayıtsızlık eğrileri oriijine göre dış bükeydir.
81. Bir tüketicinin, bir üründen diğer ürün ile değiştirmeye razı olduğu miktara marjinal ikame oranı denir.
82. Bütçe eğrisinin eğimi, talep eğrisinin eğimi ile aynı şeyi ifade eder.
83. Tüketicinin bir üründen elde ettiği net kazanca, tüketici artığı denir.
84. Piyasa talep eğrisi, bireysel talep eğrilerinin toplamından ibarettir.
85. Talebin fiyat esnekliği, fiyat ve miktardaki yüzde değişimlerle hesaplanabilir
86. Taleple ilgili esnekliklerin negatif işaretli olmaları, talep eğrisinin negatif eğimli olması ile ilişkilidir.
87. Tamamen yatay bir talep eğrisinde, fiyattaki bir değişiklik talep edilen miktarda bir değişikliğe yol açmadığı için, sonsuz esneklik (mükemmel esneklik) görülür.
88. Bir ürünün talebi esnek ise, fiyattaki artış toplam harcamalarının değişmesine yol açar.
89. Bir ürünün talebi esnek değilse (inelastik ise), fiyattaki bir düşme toplam harcamaların artmasına yol açar.
90. Bir ürünün birçok yakın ikamesi var ise, talebin fiyat esnekliği birden büyük olacaktır.
91. Arz edilen miktardaki değişimin yüzdesi ile fiyattaki değişimin yüzdesine arz esnekliği denir.

92. Bir ürünün fiyatındaki düşme, diğerinin talep edilen miktarını artırıyorsa, bu iki ürün birbirlerinin ikamesidirler.
93. Talebin çapraz esnekliği, bir ürünün fiyatındaki değişimin diğer ürünün talep edilen miktarındaki değişmeye olan tepkisini ölçmekte kullanılır.
94. Reklam kampanyaları, talep eğrisi üzerinde bir harekete yol açar.
95. Gelirdeki bir artış sonucu, talep eğrisinin sağa doğru kayması beklenir.