

Bölüm 13: Yapı, Yönetim, Performans, ve Piyasa Analizi 2

Sağlık Ekonomisi

Tam Rekabetçi Piyasanın Özellikleri

- ◉ Tam rekabetçi piyasa özelliklerini kısaca hatırlayalım:
 - > Çok sayıda alıcı/satıcı.
 - > Homojen ürün.
 - > Giriş ve çıkışlar serbest.
- ◉ Tam rekabetçi piyasada her bir firma fiyat alıcıdır.
 - > Her bir firma yatay talep ve marjinal hasılat eğrisi ile karşı karşıyadır.

Monopol

- ◉ Monopolcü piyasanın özellikleri:
 - > Tek satıcı
 - > Homojen yada farklılaştırılmış ürünler.
 - > Giriş engelleri.
- ◉ Piyasada tek bir firma olduğu için firma negatif eğimli talep eğrisi ile karşı karşıyadır.

Monopol Modeli (devam)

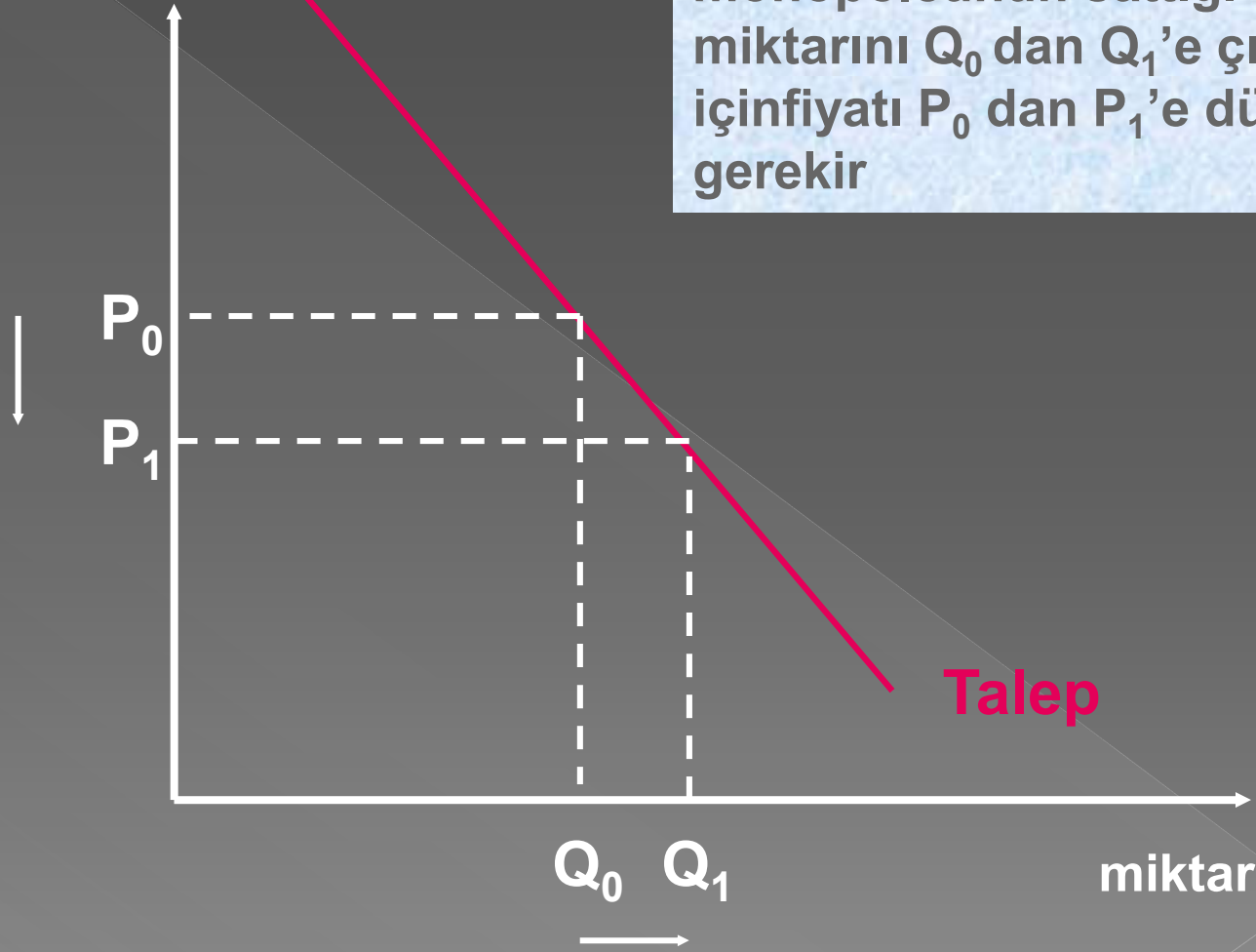
- ◉ Monopol piyasasında kar maksimizasyonunu sağlayan fiyat ve miktar bileşimi nedir?
 - > Monopolde kar maksimizasyonu $MR=MC$ noktasında sağlanır.
 - > Daha önce açıkladığımız gibi marjinal maliyet eğrisi üretim fonksiyonu ve girdi fiyatlarına bağlıdır.
 - > Firmanın MR eğrisinin şekli nasıldır?

Monopol Modeli (devam)

- $TR = P \times Q$
- MR = Üretimde meydana gelen bir birim değişimin TR'de meydana getirdiği değişimdir.
- Monopolcü firma negatif eğimli talep eğrisi ile karşı karşıyadır.
 - > Satışları artırmak için, satılan her birim için fiyatı düşürmek gerekmektedir.

Monopol Modeli (devam)

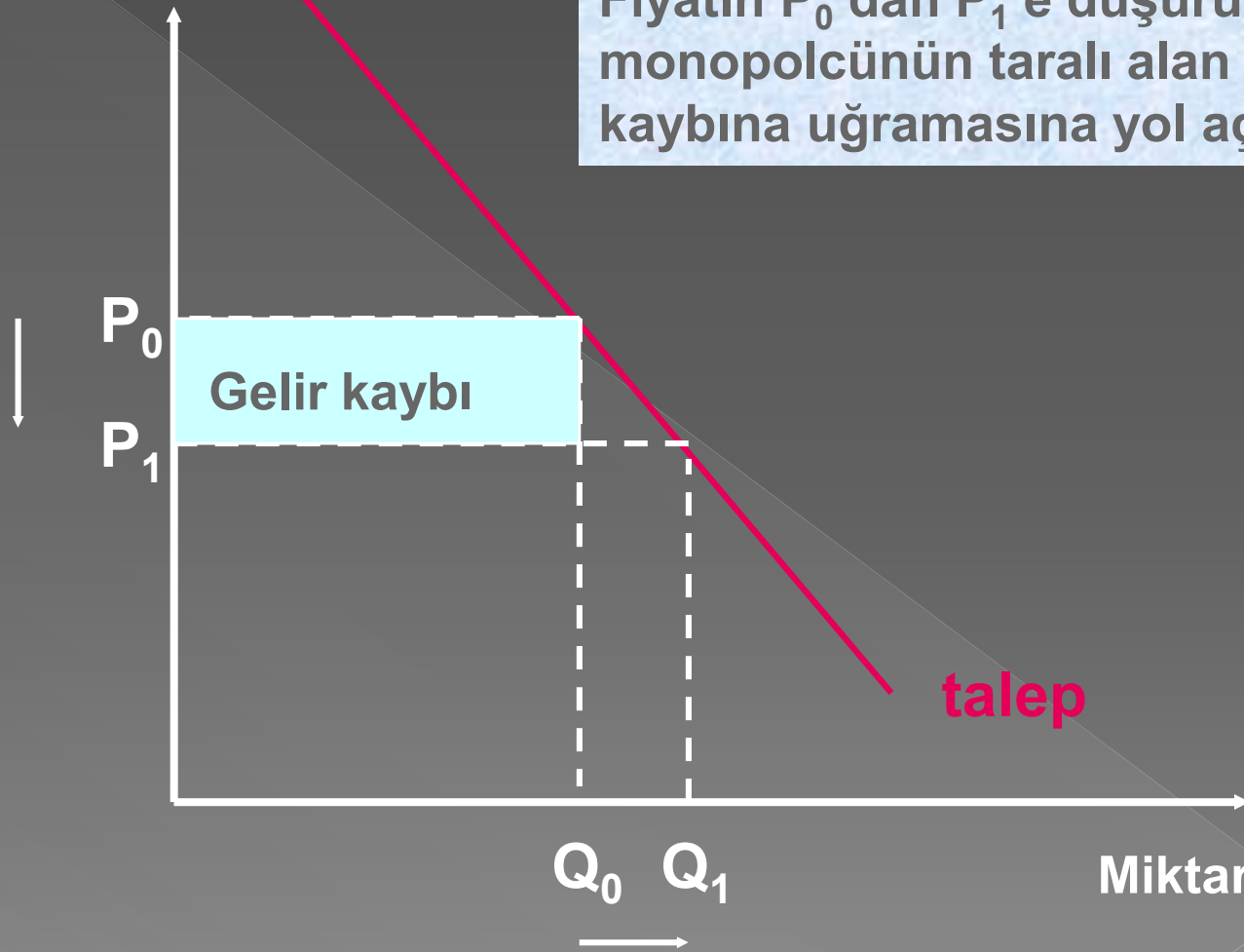
Fiyat



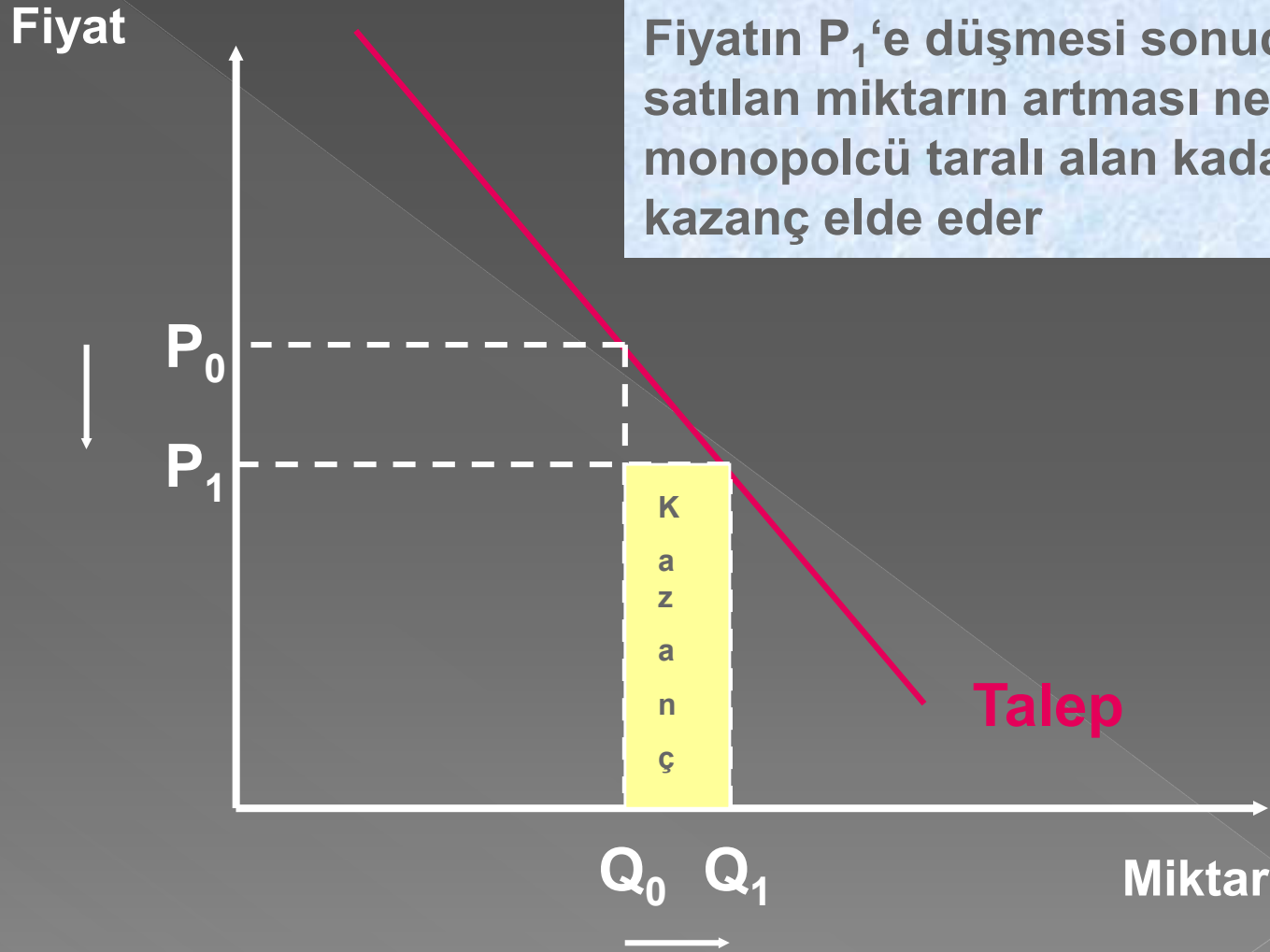
monopolcünün sattığı çıktı miktarını Q_0 dan Q_1 'e çıkarmak için fiyatı P_0 dan P_1 'e düşürmesi gerekir

Monopol Modeli (devam)

fiyat



Monopol Modeli (devam)



Monopol Modeli (devam)

- Marjinal hasılat satılan mal miktarının Q_0 dan Q_1 'e yükselmesi sonucunda oluşan gelir kazancı ile fiyatın düşmesi nedeniyle oluşan gelir kaybı arasındaki farktır.
- Matematiksel olarak:

$$MR = P + Q \cdot (\Delta P / \Delta Q)$$

Gelir kazancı

Gelir kaybı

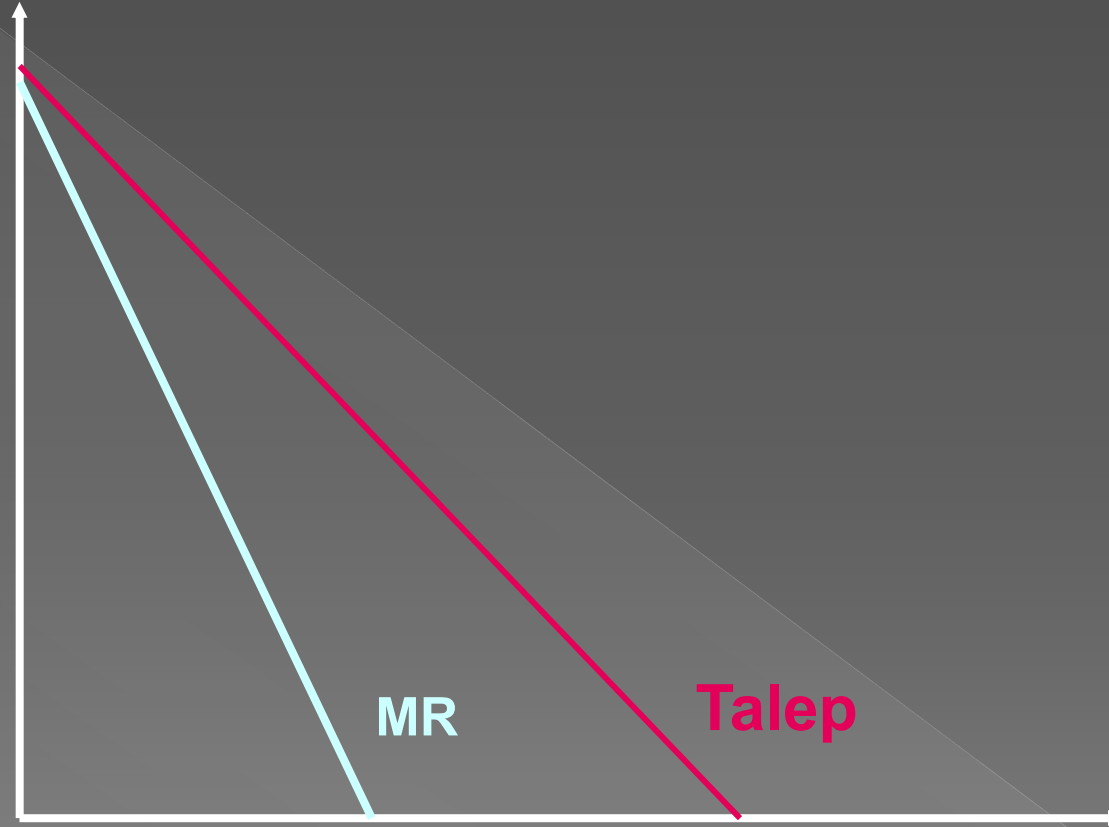
Monopol Modeli (devam)

$$MR = P + Q \cdot (\Delta P / \Delta Q)$$

- İkinci terimdeki ifade gelir kaybını gösterdiği için her zaman negatiftir.
- Bu nedenle, her çıktı düzeyinde, MR fiyatın altındadır.
- Bu nedenle MR eğrisi talep eğrisinin altındadır.

Monopol Modeli (devam)

Fiiyat



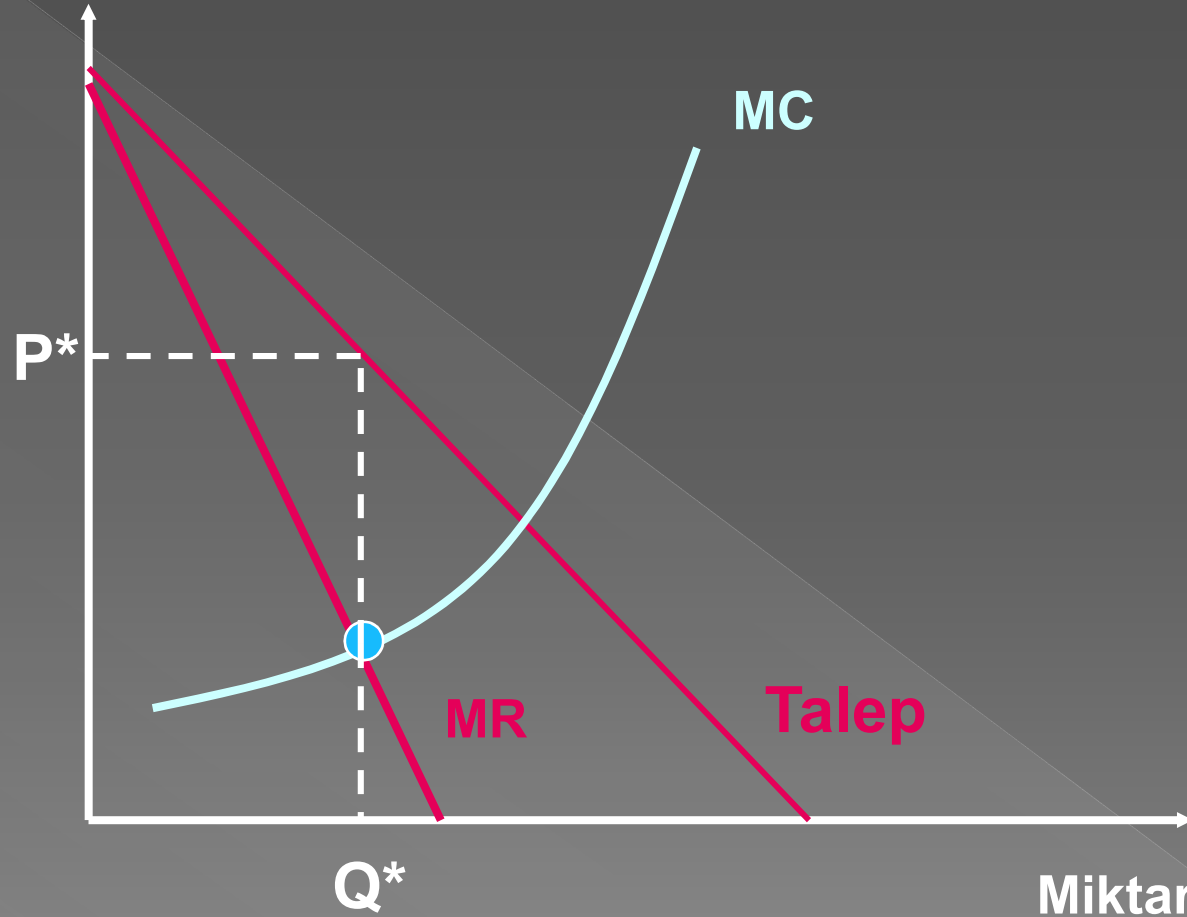
Miktar

Monopol Modeli (devam)

- Şimdi monopolcü firma için kar maksimizasyonu sağlayan üretim miktarını bulabiliriz
- Monopolcü $MR=MC$ olduğu noktada üretilir.
 - > Grafikte, MR eğrisinin MC eğrisi ile kesiştiği noktada Q belirlenir.
- Bu noktadaki üretim düzeyinden talep eğrisi üzerinden fiyat eksenine doğru bir iz düşüm alındığında malın satış fiyatı elde edilir .

Monopol Modeli (devam)

Fiyat

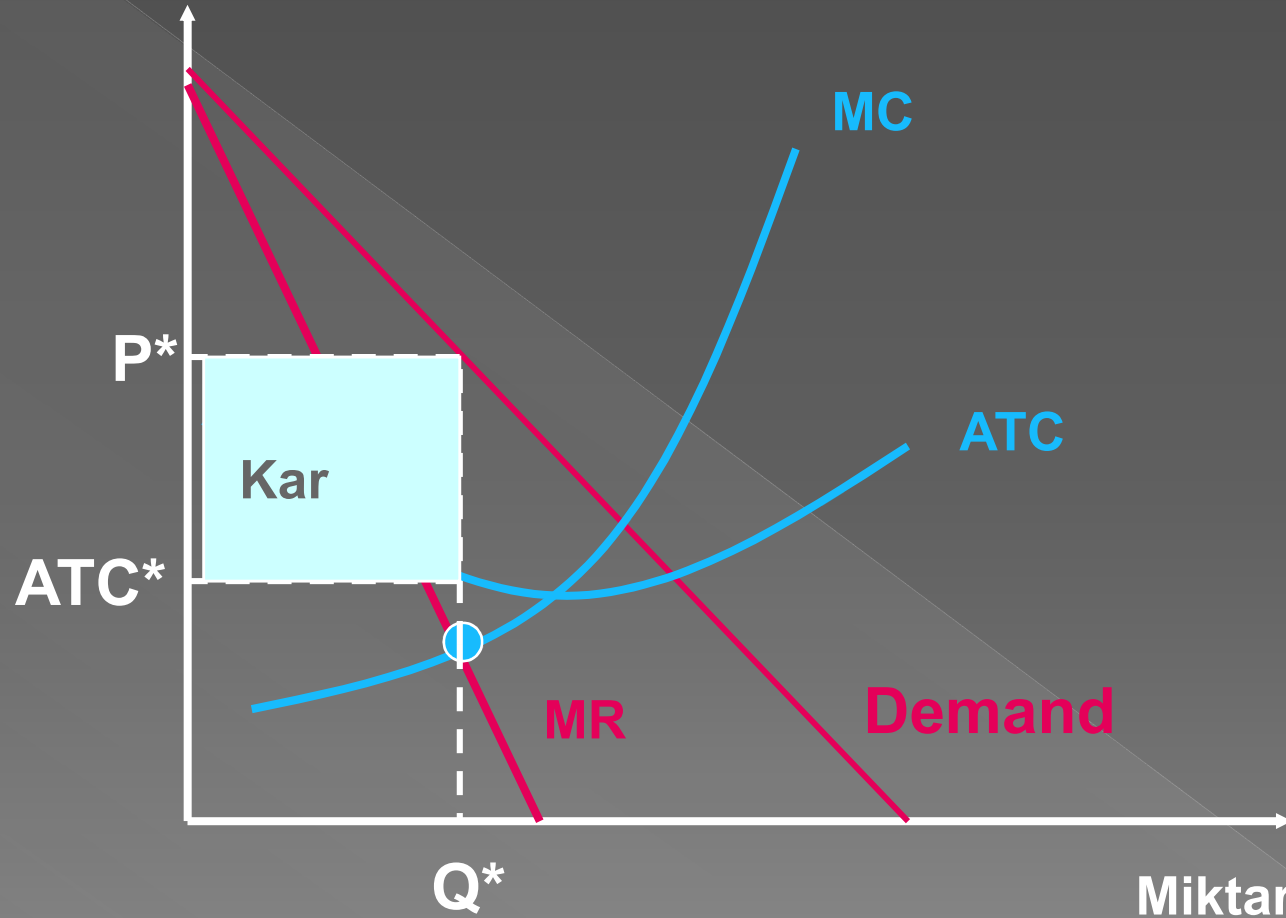


Monopol Modeli (devam)

- Grafiğe ortalama maliyet eğrisi eklenerek kar elde edilir.
- Kar P^* ile ATC arasındaki farkın Q^* ile çarpımına eşittir.

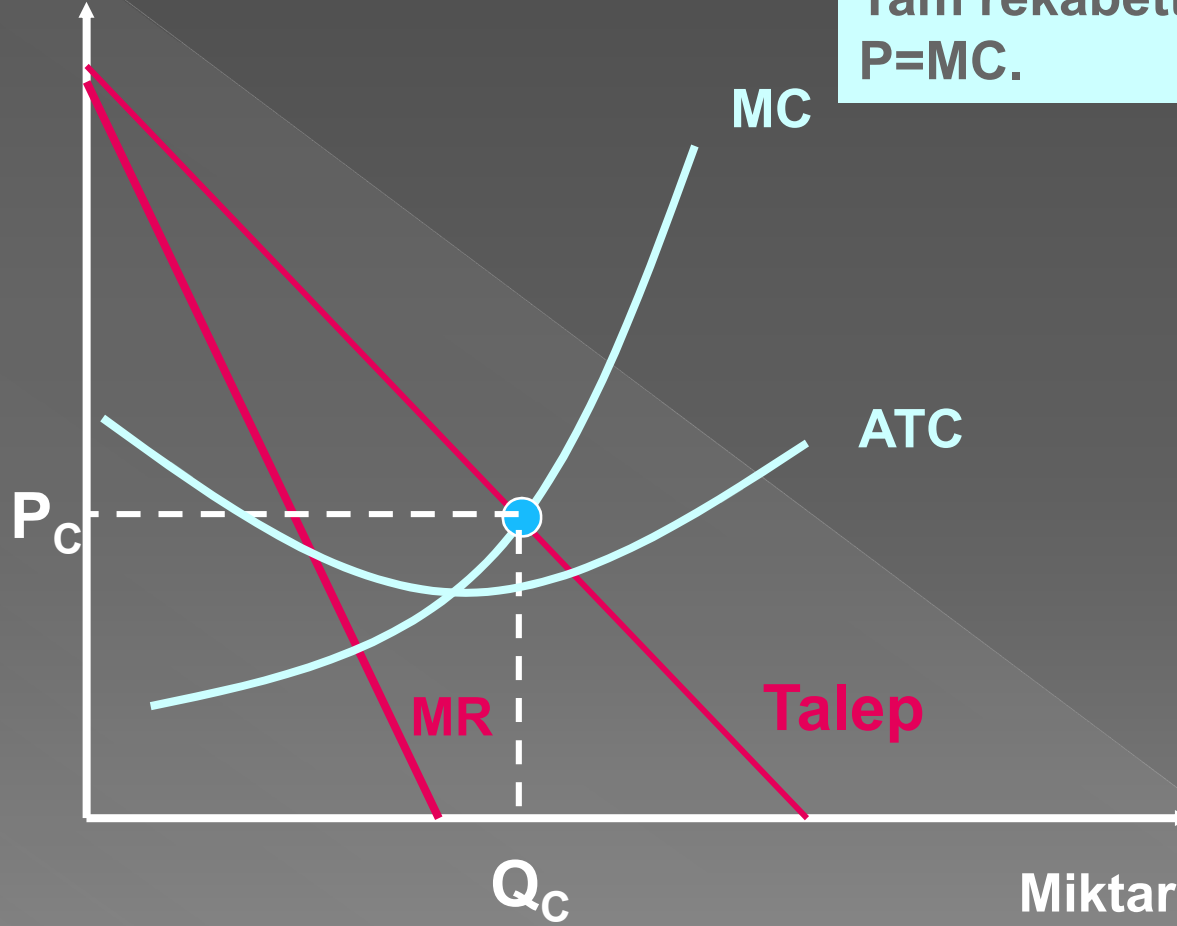
Monopol Modeli (devam)

Fiyat



Monopolve Tam Rekabetin Karşılaştırılması

Fiyat



Tam rekabete kıyasla monopolde fiyat yüksek miktar ise düşüktür. Bu nedenle sosyal refah kaybı oluşur.

Monopol Modeli (devam)

- ◉ Monopolcü piyasa gücünü ürettiği ve sattığı ürünün ikamesi olmadığı sürece korur.
 - > Diğer firmaların piyasaya girişi önünde engeller vardır.
 - > İki önemli giriş engeli:
 - Ölçek ekonomileri ve
 - Yasal engellerdir.

Monopol Modeli (devam)

- Ölçek ekonomileri
 - > Eğer monopolcü firma uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin azalan kısmında üretim yapıyorsa, yeni firmaların piyasaya giriş yapması zordur.
 - > Küçük bir kasabadaki 40-50 yataklı bir monopolcü bir hastane önemli düzeyde ölçek ekonomilerine sahiptir.
 - Yeni yapılacak bir hastane mevcut hastanenin hastalarının büyük bir kısmını çekebilir, fakat mevcut hastane ile maliyetler ve dolayısıyla kar bakımından rekabet edemez.

Monopol Modeli (devam)

● Yasal engeller

- > Hekimler tıbbi hizmet verebilmek için lisans almak zorundadır.
- > Hastanelerin yeni bir tıbbi hizmeti sunabilmeleri için lisans ve izin almaları gereklidir.
- > İlaç şirketleri yeni ilaç geliştirmek ve satmak için patent almak zorundadır.

Piyasanın Yapısı

- İki aşırı uç piyasa türünden bahsettik:
 - > Tam rekabet
 - > Monopol
- Bu iki aşırı uç piyasa türü arasında kalan ve sağlık sektöründe karşılaşılan iki piyasa türü daha vardır.

Piyasanın Yapısı

**Tam
rekabet**



**Monopolcü
rekabet**

Oligopol

Monopol

Monopolcü Rekabet

- ◉ Çok sayıda satıcı
- ◉ Farklılaştırılmış rnler
- ◉ Giriş engelleri bulunmamakta

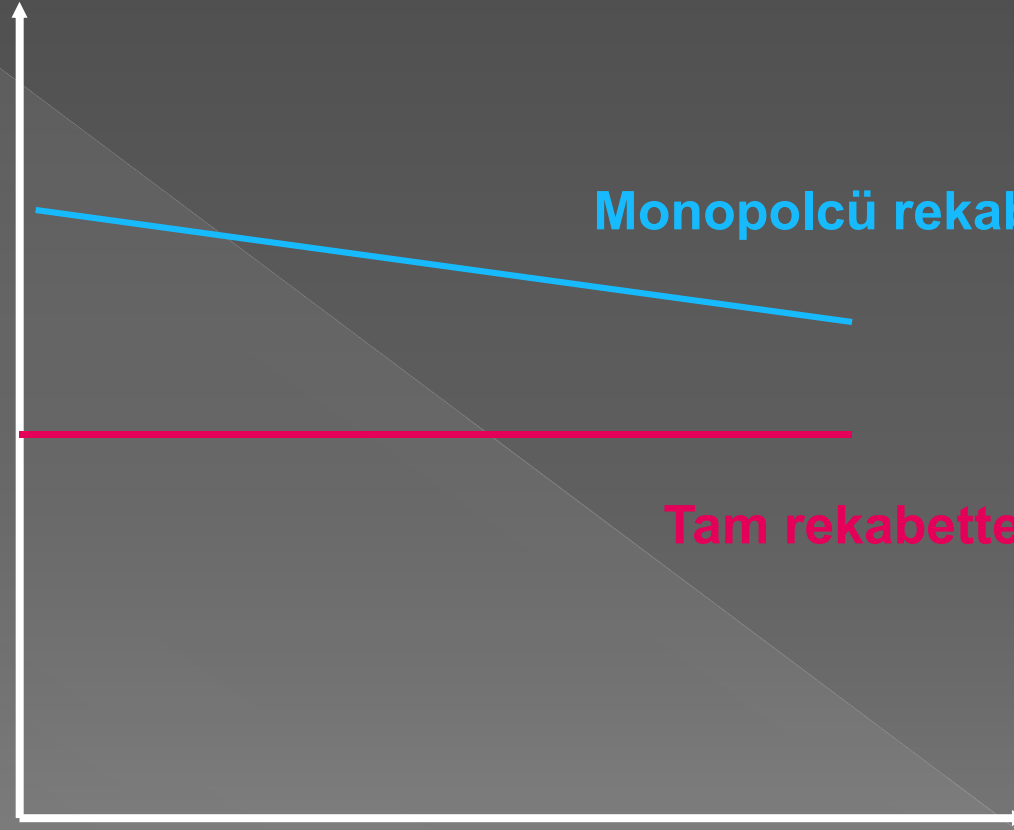
- ◉ rnek
 - > Kahvaltılık gevrekler
 - > Ağrı kesiciler (Advil, Motrin, etc.).
 - > Sigaralar.

Monopolcü Rekabet (devam)

- ◉ ürünler farklılaştırıldığı için her bir satıcının fiyatı belli düzeyde kontrol edebilme imkanı vardır.
 - > Her bir satıcı belirli düzeyde negatif eğimli talep eğrisi ile karşı karşıyadır.
- ◉ Satıcılar mallarını farklılaştırma güdüsü içindedir.
 - > Bu mallara olan talebin artmasını sağlar.

Monopolcü Rekabet (devam)

Fiyat



Monopolcü rekabette talep

Tam rekabette talep

Miktar

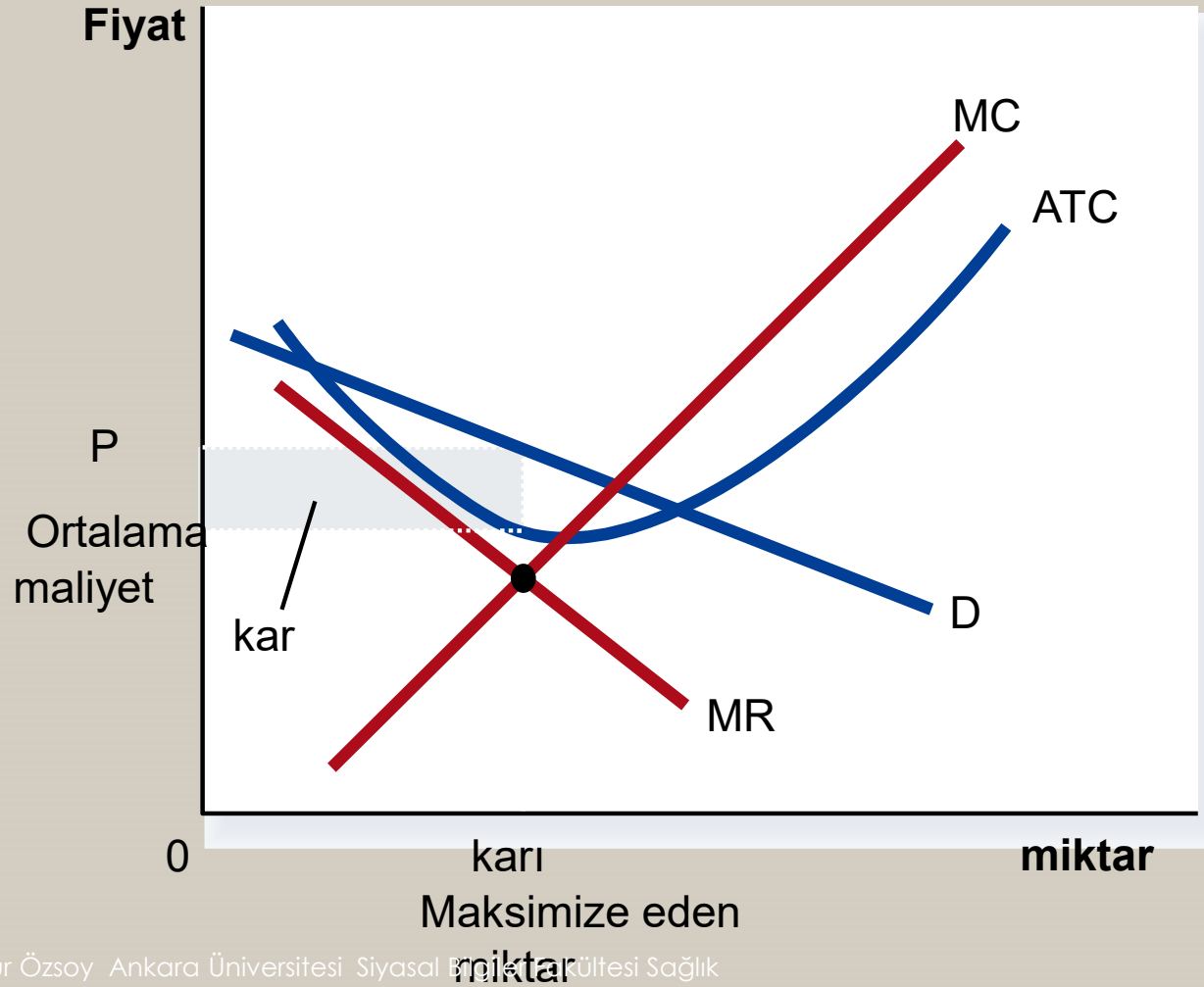
Monopolcü Rekabet (devam)

Farklılaştırılmış rnlerle Rekabet

- ◉ Kısa dönemde monopolcü rekabet firması
 - > Kısa dönemde ekonomik kar piyasaya yeni firma girişine neden olur. Bu durum:
 - rn sayısını artırır
 - Mevcut firmaların mallarına talebi azaltır.
 - Mevcut firmaların mallarına talep sola kayar.
 - Buna bağlı olarak mevcut firmaların karı azalır.

Kısa dönemde monopolcü rekabet firması

(a) Firma kar elde eder

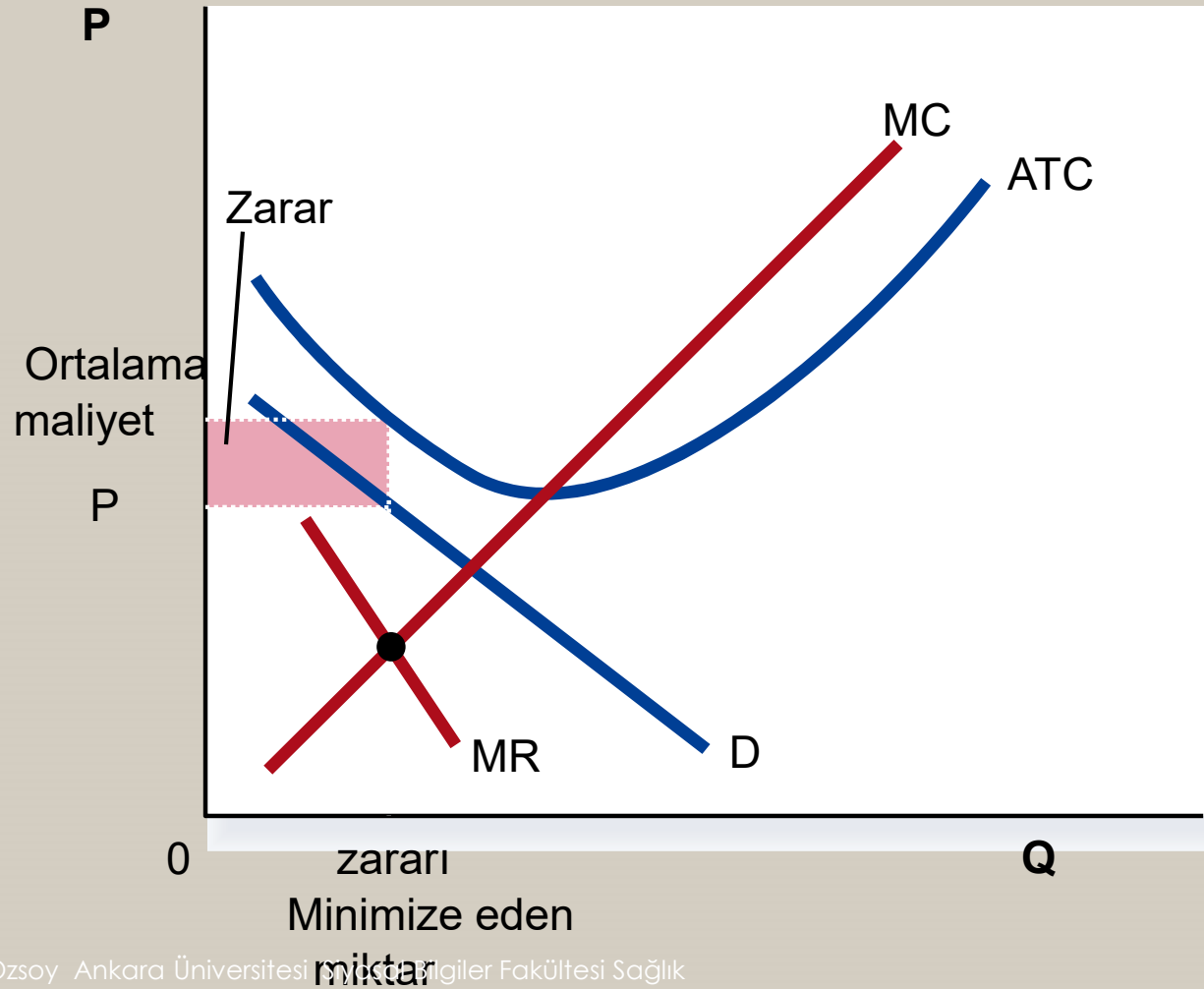


Farklılaştırılmış Ürünlerle Rekabet

- Kısa dönemde monopolcü rekabet firması
 - > Kısa dönemde zarar firmaların piyasadan çıkmasına neden olur. Buna bağlı olarak:
 - Ürün miktarı azalır
 - Piyasada kalan firmaların mallarına talep artar.
 - Kalan firmaların mallarına olan talep arttığı için talep sağa kayar
 - Kalan firmaların karı artar

Kısa dönemde monopolcü rekabet firması

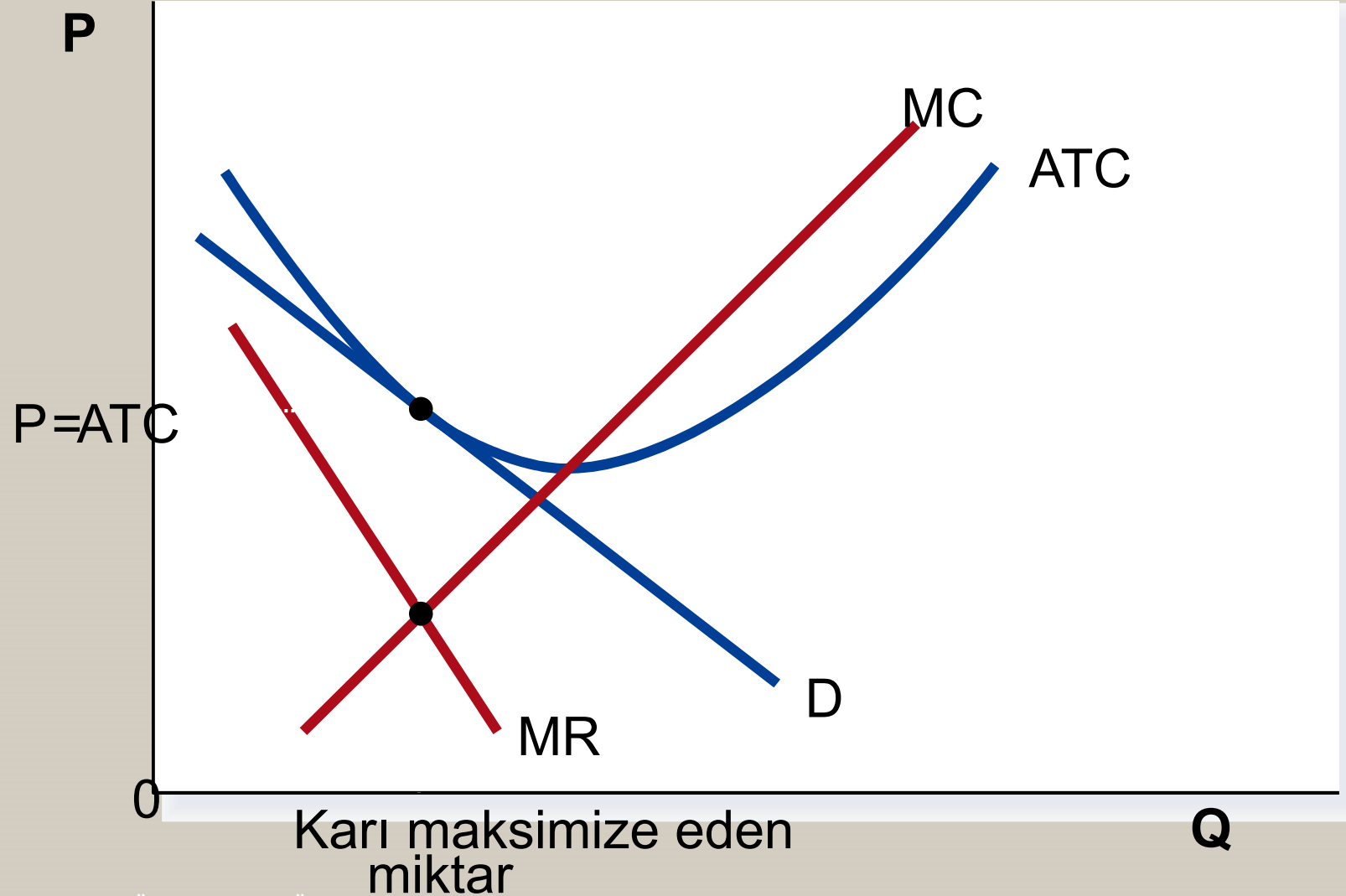
(b) Firma zarar etmekte



Uzun Dönem Dengesi

- Firma giriş ve çıkışları ekonomik karlar sıfır oluncaya kadar devam edecek

Uzun dönemde monopolcü rekabet firması



Uzun Dönem Dengesi

◉ İki Özellik

- > Monopolde olduğu gibi $P > MC$
 - Kar maksimizasyonu koşulu $MR = MC$
 - Negatif eğimli talep eğrisi MR 'in fiyatın altında olmasını sağlar.
- > Rekabetçi piyasadakine benzer biçimde $P = ATC$
 - Giriş-çıkış serbestisi ekonomik karın sıfır olmasına neden olur

Monopolcü Rekabet ve Tam Rekabet

- Monopolcü rekabet ve tam rekabet arasındaki iki önemli fark vardır:

- Bunlar:

- > kapasite fazlası ve

- > mark-up

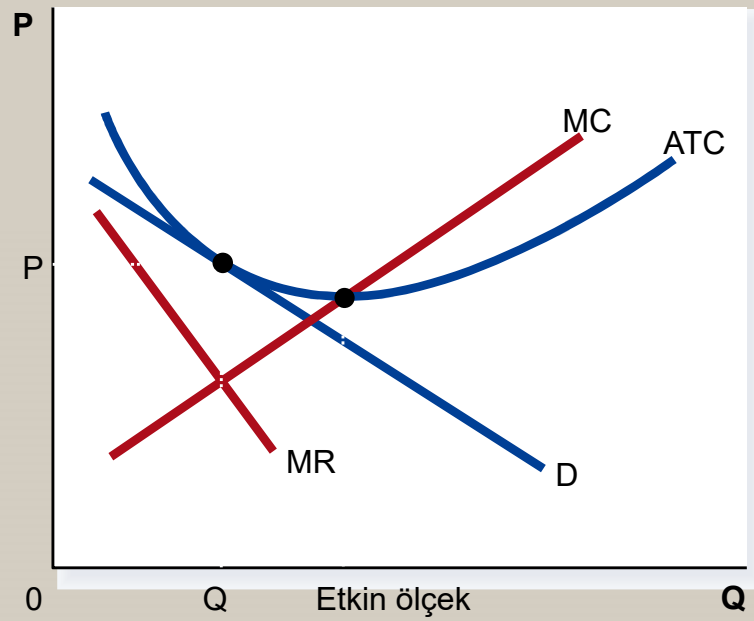
Monopolcü Rekabet ve Tam Rekabet

⦿ Fazla kapasite

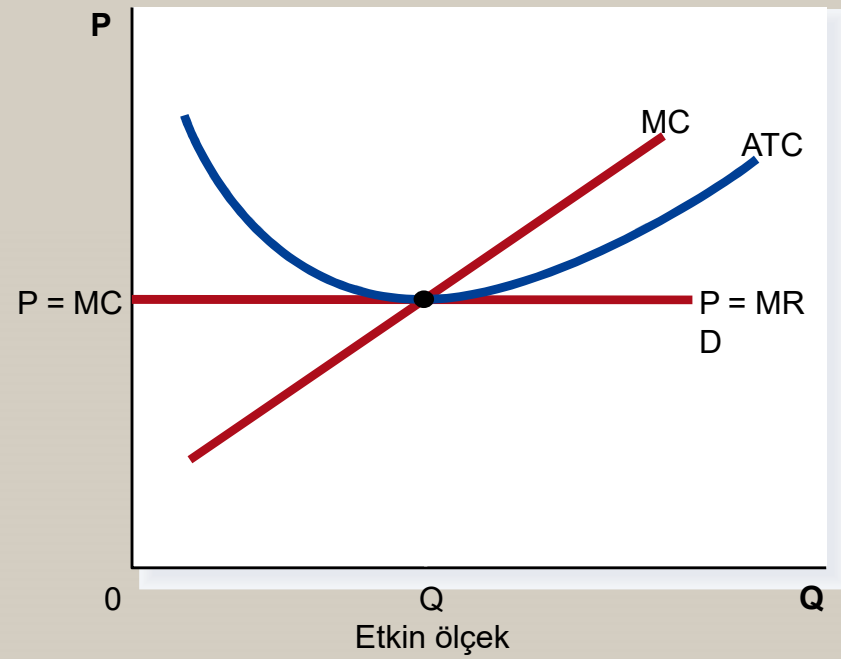
- > Uzun dönemde tam rekabette fazla kapasite yoktur.
- > Serbest giriş rekabetçi firmaların ATC'un minimum olduğu noktada üretmesini sağlar. Bu firmanın etkin ölçeğidir.
- > Uzun dönemde monopolcü rekabette fazla kapasite vardır.
- > Monopolcü rekabette, üretim düzeyi etkin ölçek düzeyinin altındadır.

Monopolcü rekabet ve tam rekabet

(a) Monopolcü rekabet



(b) Tam rekabet



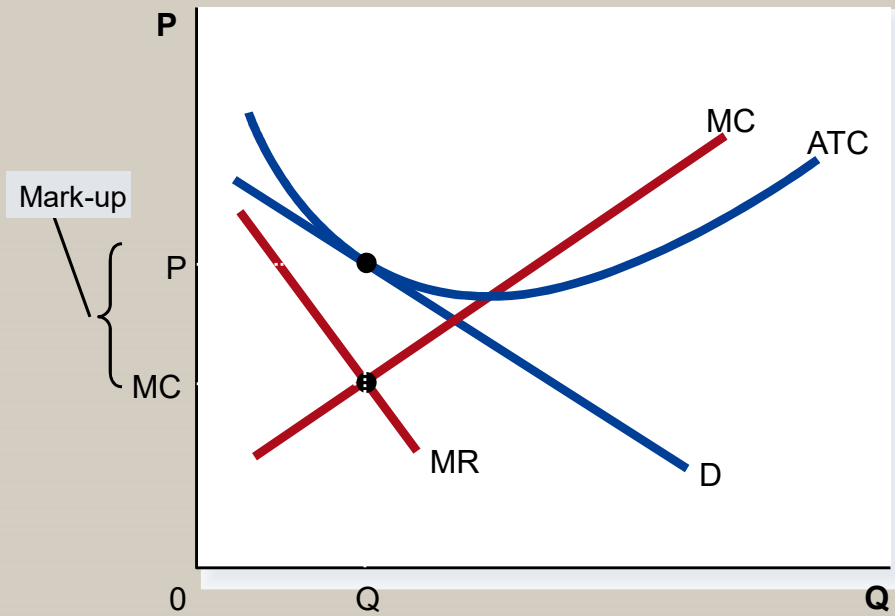
Monopolcü Rekabet ve Tam Rekabet

◎ Mark-up > MC

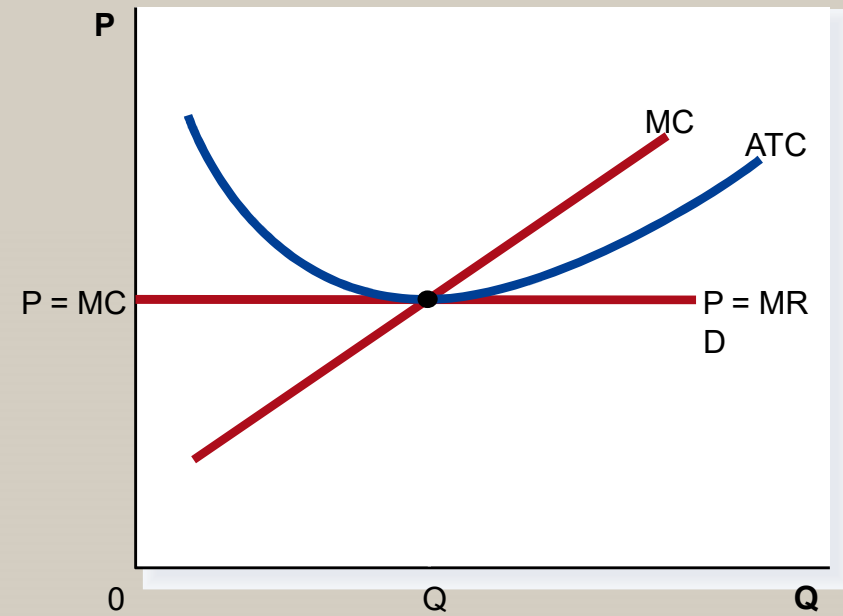
- > Rekabetçi firma için $P=MC$.
- > Monopolcü rekabet için $P>MC$
 - Pozitif kar elde edilmekte. Piyasa gücü söz konusu

Monopolcü rekabet ve tam rekabet

(a) Monopolcü rekabet

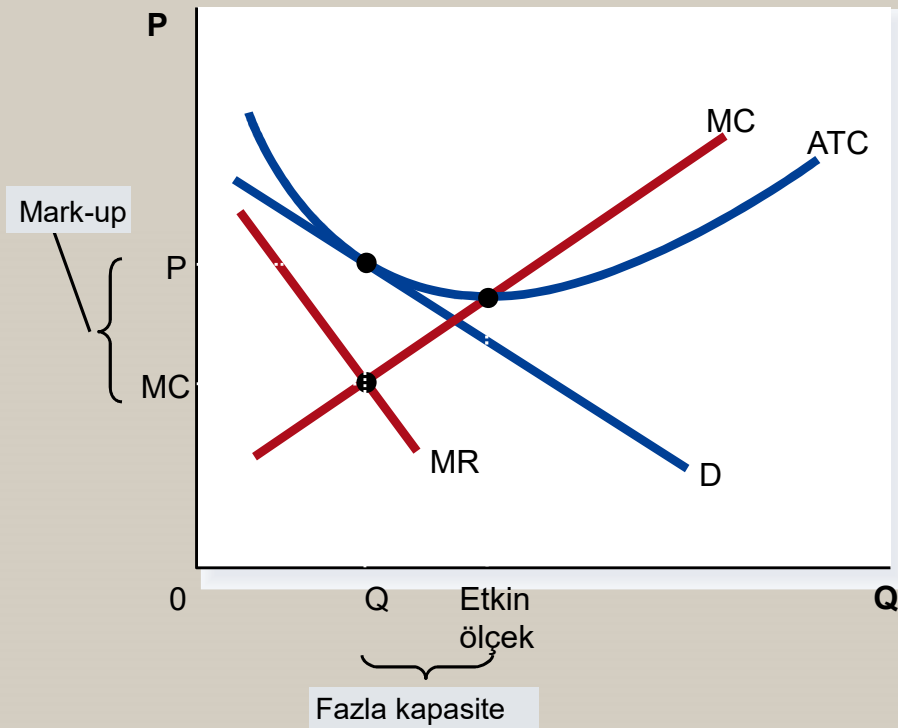


(b) Tam rekabet

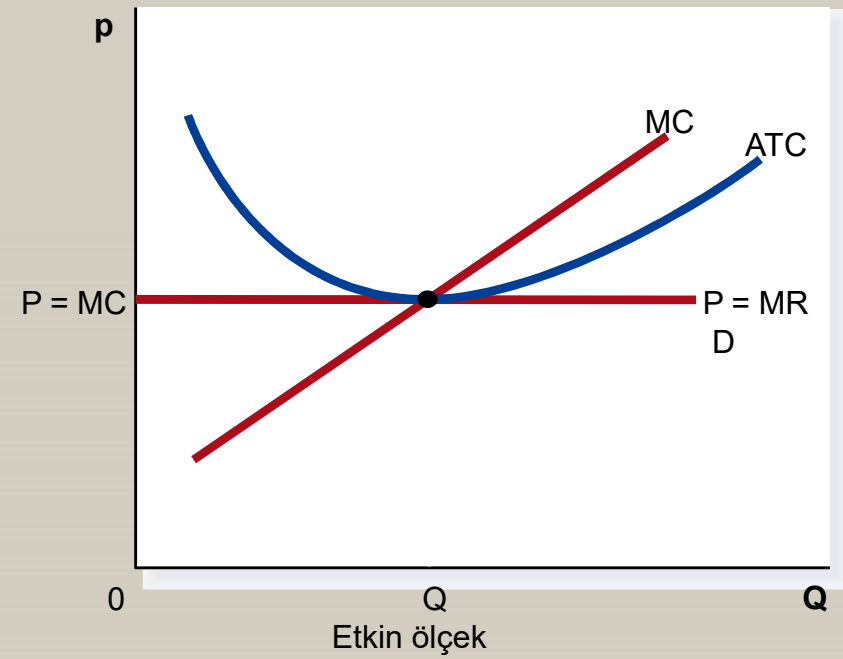


Monopolcü rekabet ve tam rekabet

(a) Monopolcü rekabet



(b) tam rekabet



Monopolcü Rekabet (devam)

- Monopolcü rekabet, tam rekabetin istenen bütün özelliklerine sahip değildir

Monopolcü Rekabet (devam)

- ◉ DWL vardır
- ◉ Fakat, firmaların fiyatlarının düzenlenmesi için gereken maliyetler yoktur.

Monopolcü Rekabet (devam)

- Firma sayısı tam rekabette olduğu gibi ideal değildir. Ya çok fazla yada eksiktir.

Monopolcü Rekabet ve Refah

- ◉ *Girişin ortaya çıkardığı dışsallıklar:*
 - > ürün çeşitliliği dışsallığı.
 - > iş-çalma dışsallığı.

Monopolcü Rekabet (devam)

- > rn eşitliliği dışsallığı.
- > Yeni rn geliştirilmesi tüketicisi açısından pozitif dışsallıktır. Çünkü CS yaratır.
- ◉ İş alma dışsallığı:
 - > Piyasaya yeni giriş yapan firmalar mevcut firmaların müşterilerini aldıkları için yeni giriş yapan firmalar mevcut firmalara negatif dışsallık yaratır.

Oligopol

- Birkaç tane büyük firma
- Homojen veya farklılaştırılmış ürünler.
- Önemli düzeyde giriş engelleri
- Örnek
 - > Üniversite hastanelerinde bazı hizmet alımları.
 - > Reçete ile satılan çok sayıda ilaç

Oligopol

- Sadece az sayıda büyük firma bulunduğu için herhangi bir firmanın fiyatını değiştirmesi durumunda bütün piyasada fiyat değişir.
- Oligopolde de üretim miktarı tam rekabetten daha düşük fiyat ise daha yüksektir.
 - Dolayısıyla burada da bir sosyal refah kaybı vardır.