Piyasa, Piyasa Aksaklığı ve Sağlık Hizmetleri

Piyasa ekonomisinin temel varsayımları:

- ***Kesinlik*** (ne, ne zaman, nerede ve ne kadar)

- ***Dışsallıklara yer yok*** (negatif dışsallık – ozon tabakasındaki delinme; pozitif dışsallık – aşılama)

- ***Tam bilgi***

- **Kendi çıkarı peşinde koşma (fayda veya kâr max.)**

- **Eksik rekabete yer yok**

Piyasa aksaklığının nedenleri:

- Belirsizlik: sağlık ihtiyacının ne zaman, nerede ortaya çıkacağı belirsizdir. Bireysel düzeyde hizmet planlaması yapmak zordur
- Asimetrik bilgi ve eksik bilgi: hangi tıbbi müdahale yöntemi uygun/gereklidir
- Karşı seçim: hastalık riski yüksek bireylerin sağlık sigortası ihtiyacı daha şiddetlidir
- Ahlaki tehlike: sağlık sigortasının varlığı riskli davranışları tetikler
- Vekalet sorunu ve arzın talebi belirlemesi
- Dışsallıklar

Piyasa aksaklığı nedir?

"Mal ve hizmetlerin dağılımında piyasa mekanizmasının **etkin** işle(ye)mediği durumdur"

Piyasa aksaklığı;

- ✓ Piyasada bir alıcı ya da satıcının fiyatları etkileyebilmesidir
- ✓ Eksik bilgi altında piyasaların ey iyiye ulaşılmasını engellemesidir
- ✓ Bireysel çıkar peşinde koşmanın toplum için "en iyi" sonuçları doğurmamasıdır

Piyasa Aksaklığının Kaynakları (I): "Belirsizlik"

Sağlık hizmetleri piyasasında belirsizlik "talep" ve "arz" yönlü olmak üzere iki farklı biçimde ortaya çıkar.

- Bireyler sağlık düzeyleri ile ilgili yeterli bilgiye sahip değildirler.

- Doktorlar tedavi sonuçlarının etkililiği konusunda tam değildirler.

Piyasa Aksaklığının Kaynakları (II): "Asimetrik Bilgi"

Sağlık hizmetleri piyasasında taraflar (doktor-hasta) farklı tanımlamalara, kararlara ve sonuçlara ulaşılmasına neden olan eşit olmayan bir düzeyde bilgiye sahiptiler.

- Akerlof 1970 “The Market for Lemons: Quality, Uncertainty and the Market Mechanism”

- Akerlof kullanılmış araba piyasalarını konu edindiği analizinde asimetrik bilginin piyasa dengesini nasıl etkilediğini araştırmıştır.

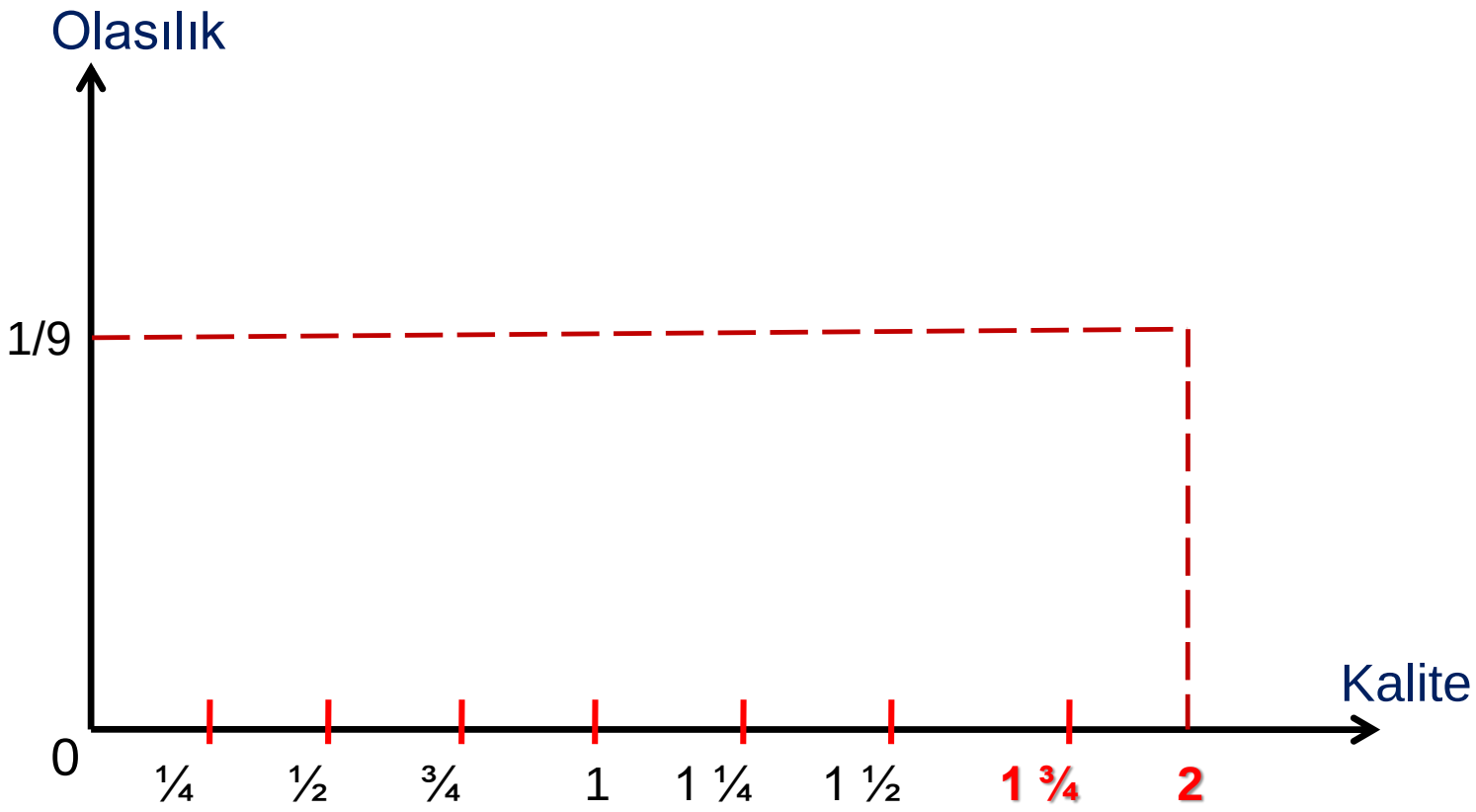
- Varsayımlar:
  - Kullanılmış arabalar en iyi kalitede (“plums”), ya da sorunlu arabalar (“lemons”) olarak tanımlanmaktadır.
  - Satıcı(lar) bütün arabaların kaliteleri konusunda tam bilgiye sahiptirler
  - Potansiyel alıcılar kaliteler hakkında tam bir bilgiye sahip değildirler ⇒ **asimetrik bilgi**

- Bu durum piyasa dengesini nasıl etkilemektedir?

- Alıcılar arabaların kaliteleri hakkında herhangi bir bilgiye sahip değildirler.
  - Alıcılar pazara geldiklerinde teklif edecekleri fiyat (potansiyel fiyat) "ortalama kalitede" arabalar içindir.
  - Bu yüzden hangi araba için hangi fiyat teklif edilebileceği alıcı tarafından bilinmemektedir.
- Limon'ların sahibi ise;
  - Düşük kaliteli arabalar hakkında herhangi bir bilgi sunmamaktadır
  - Bu durum gerçekleşirse düşük fiyata razı olacaktır
  - Bu şekilde söz konusu arabaların kalitelerinin üzerinde fiyat bekleyecektir ⇒ ***piyasa gücü***

Örnek:

- Piyasada kaliteleri '0’ (düşük kaliteli-*lemon*) ile ‘2’ (en iyi kaliteli - *mint*) arasında değişen 9 araba satıldığı varsayılıyor
- Potansiyel alıcılar yalnızca kalitelerin dağılımını bilmektedirler.
- Rezerv fiyat alıcılar için 1500*Q ve satıcılar için ise 1000*Q (Q=kalite) (Alıcılar daha istekli)


Olasılık
1/9
0
Kalite
¼
½
¾
1
1 ¼
1 ½
1 ¾
2

1.Adım :

eğer başlangıç fiyatı P=2000 olarak belirlenirse, satıcı(lar) arabalarını satmak konusunda istekli olacaklardır.

Ancak, alıcılar arabaların kaliteleri hakkında eksik bilgiye sahiptirler, fakat en iyi tahminle arabaların kalitesinin 1 olduğunu varsaymaktadırlar (ortalama kalite).

Bu yüzden, alıcılar 1500 TL. ödemeye razı olacaklardır

=> Sonuçta alış veriş gerçekleşmez

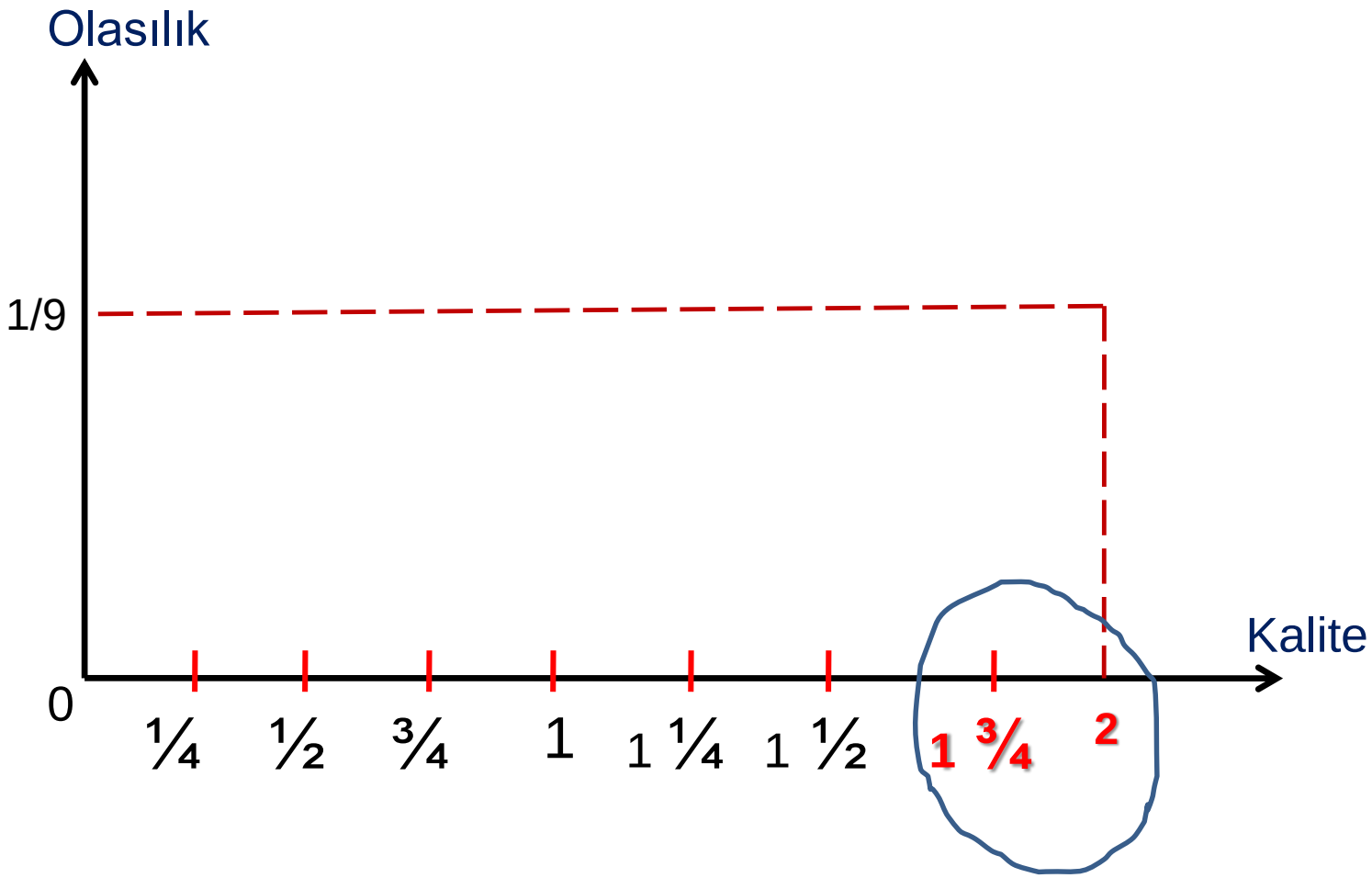
2. Adım:

i) eğer fiyat 1500 olarak ilan edilirse en iyi kaliteli iki arabanın sahibi piyasayı terk edecektir

ii) yeni durumda, piyasada kalan arabalara bağlı olarak, en yüksek kaliteli düzeyi 3/2, ve ortalama kalite düzeyi ¾ ise olacaktır.

iii) sonuçta potansiyel alıcılar her bir araba için yalnızca 1500*3/4=1125 ödeyeceklerdir.

=> Satış yok


Olasılık
1/9
0
Kalite
¼
½
¾
1
1 ¼
1 ½
1 ¾
2

Sonuç:

=> Limon prensibi: Kötü mal iyi malı piyasadan kovar (Karşı seçim)

- Eksik bilgi: taraflar arabaların kaliteleri konusunda bilgi sahibi değildirler

  Eğer önceki örnekte bu varsayımın geçerli olduğunu ve tarafların yalnızca ortalama kalite konusunda bilgi sahibi olduğunu düşünürsek;

1. adım, eğer fiyat=2000 ise=> alış veriş yok

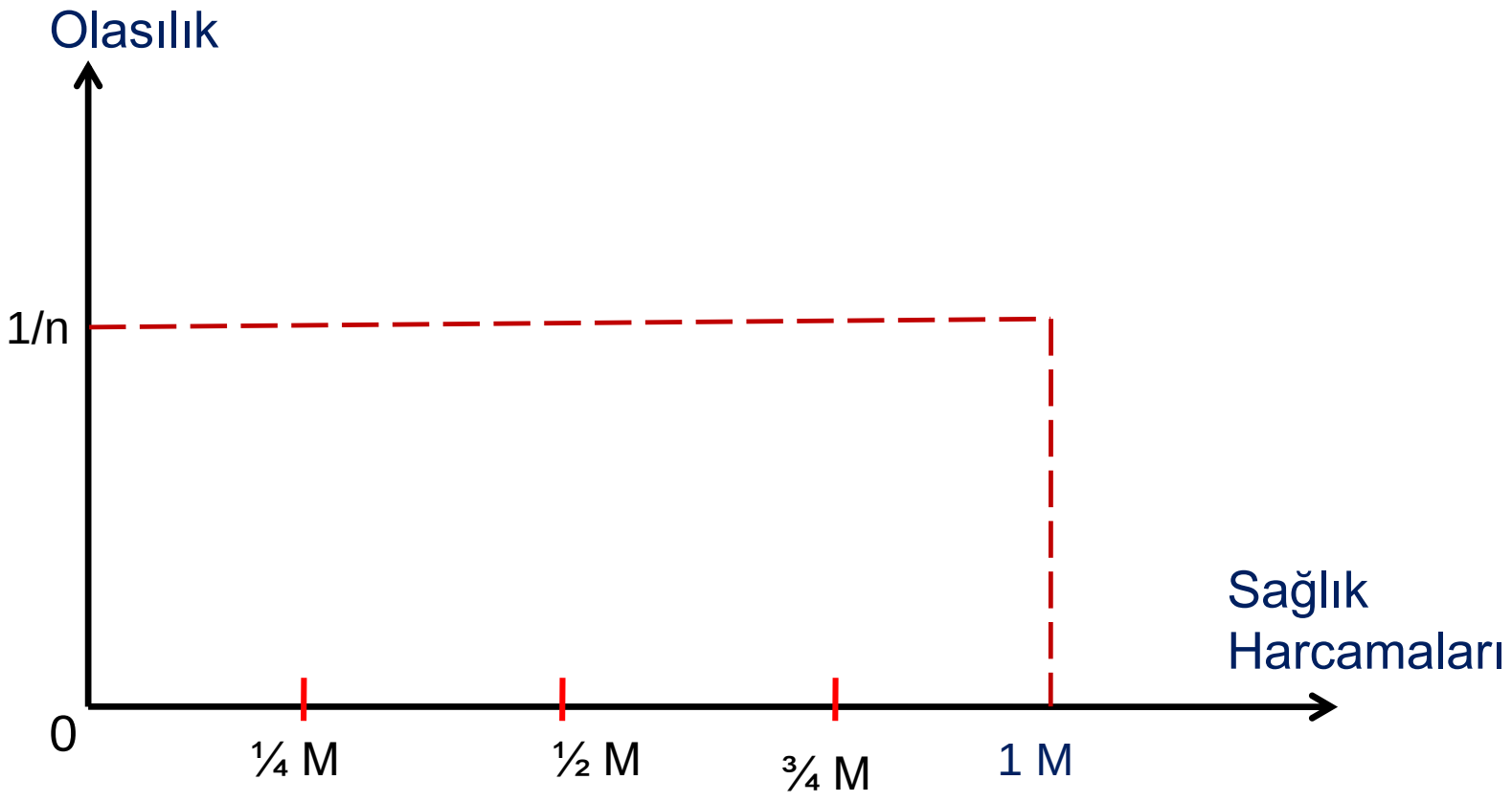
2. adım, eğer fiyat=1500 ise, satıcılar dokuz arabayı da satma konusunda istekli olacaktır, çünkü rezerv fiyat =1000*1(ortalama kalite)

⇒Alış veriş gerçekleşir

Limon Prensibinin Sağlık Sigortasına Uygulanması

- Asimetrik bilgi, potansiyel sigortalanacak bireylerin beklenen sağlık harcamaları konusunda sigorta şirketlerinden daha fazla bilgiye sahip olmalarıyla ortaya çıkmaktadır.

- Sigorta şirketi beklenen ortalama sağlık harcamalarının 1/2M düzeyinde olacağını beklediklerinden, prim düzeyi en az 1/2M olacaktır. Bu durumda bütün potansiyel yararlanıcılar sağlık harcamalarının 1/2M düzeyini altında olacağını beklediklerinden sigorta yaptırmak istemeyeceklerdir


Olasılık
1/n
0
¼ M
½ M
¾ M
1 M
Sağlık
Harcamaları

Piyasa Aksaklığının Kaynağı (III): "Karşı Seçim"

- Karşı seçim;

  Taraflar arasında alışveriş ya da anlaşma gerçekleşmeden önce taraflardan biri malın/hizmetin kalitesi hakkında bilgiye sahip değildir
- Örnek:
  - Limon piyasası
  - Sigorta piyasası

- Araba sigortası

  Yeni arabanıza sigorta yaptırmak istiyorsunuz

  – Fakat daha önce alkollü olarak araç kullanmaktan cezanız var.

  – Bu bilgiyi sigorta şirketine açıklarsanız ne olacaktır?

- Sigorta sektöründe ise;

  – Yalnızca sağlıklı bireylerin sigortalanmasını doğurur

- Sorunun ortadan kaldırılması yöntemleri:
  - Sorun (asimetrik bilgi) alış veriş/anlaşma öncesi söz konusu,
  - İkinci el araba piyasası: Servis bilgisi
  - Sigorta piyasası: Geçmiş sigorta bilgileri
  - Sağlık sigortası: Check-up, yaş, cinsiyet sınırı

Piyasa Aksaklığının Kaynağı (IV): "Ahlaki Tehlike"

- Ahlaki tehlike nasıl ortaya çıkmaktadır?
  - Asimetrik bilgi
  - Asimetrik bilginin varlığına bağlı olarak taraflar arasında bir anlaşma yapıldıktan sonra belirmektedir
- Örnek:
  - Sigorta piyasası

- Sigortanın varlığı (sağladığı güvence) bireylerin davranışlarını etkilemektedir.

- Sigortaya sahip birey daha çok risk üstlenebilmektedir.

- Sigorta primlerinin düşük tutulması aşırı ve gereksiz kullanımı tetiklemektedir.

- Örnek:

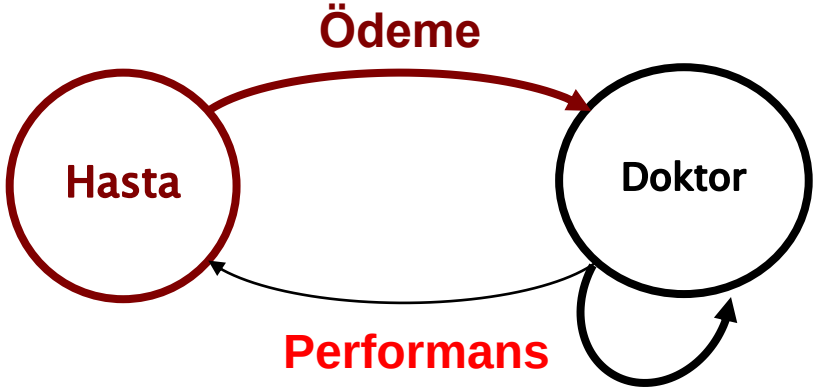
Araba sigortası

- Ahlaki tehlikeden Kaçınmanın Yolları:
  - ✓Sorunun kaynağı taraflar arasındaki anlaşmadan (alış verişin gerçekleşmesi) sonra ortaya çıkması
  - ✓Bazı mekanizmalarla bu durum ortadan kaldırılabilir ya da şiddeti azaltılabilir.

  - – Araba sigortası: ödeme biçiminin düzenlemesi
  - – Sağlık sigortası: maliyet paylaşımı

Piyasa Aksaklığının Kaynağı (V): "Vekil – Vekalet Sorunu ve Arzın Talep Yaratması"

- Sağlık sisteminde hizmet sunucuları (doktorlar vb.) hastalara göre daha fazla bilgiye sahiptirler
- Doktor hasta adına karar verebilmekte ve bu yüzden hasta tarafından bir anlamda vekil olarak atanmaktadırlar
- Bu yüzden vekil (doktorlar) bu durumu kendi yararlarına (gelirlerini arttırmak gibi) kullanabilirler



Vekil (temsilci) ilişkisi iki farklı yönde işleyebilmektedir

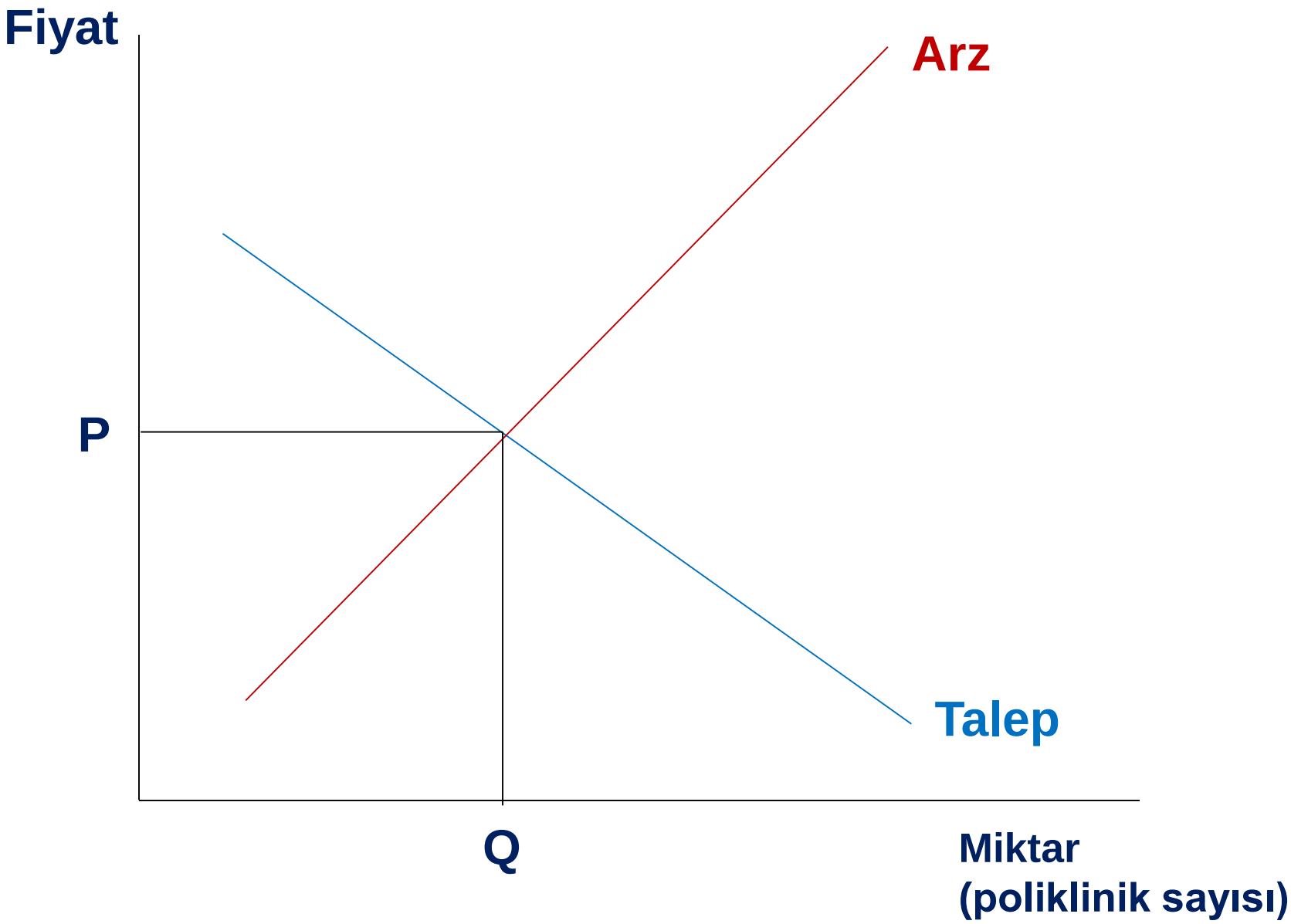
“Doktor hastanın ihtiyacı olan tüm bilgileri teşhis ve tedavi aşamasında hastaya aktarmakta ve doktor bundan sonra kararları uygulamaktadır”

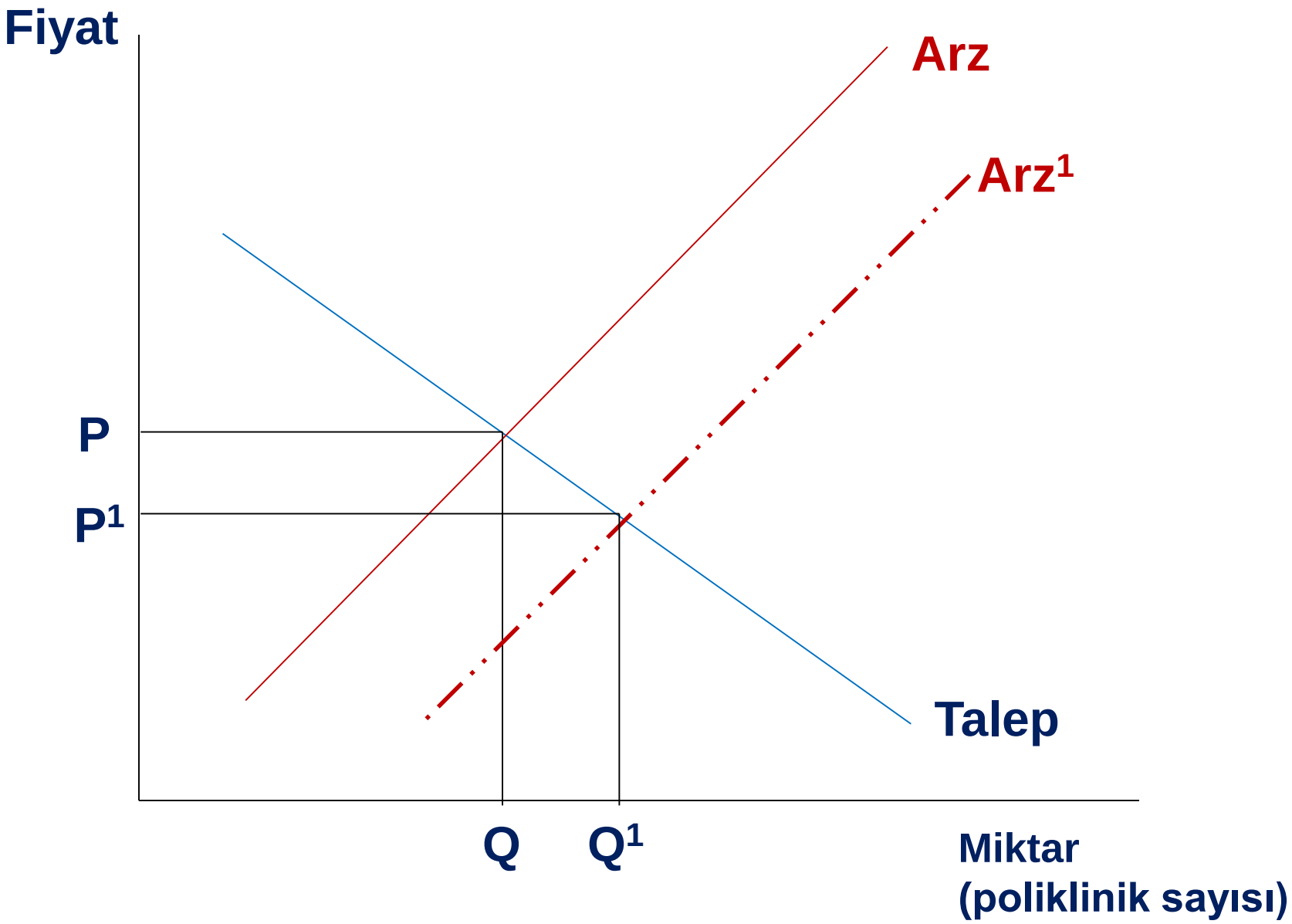
ya da …

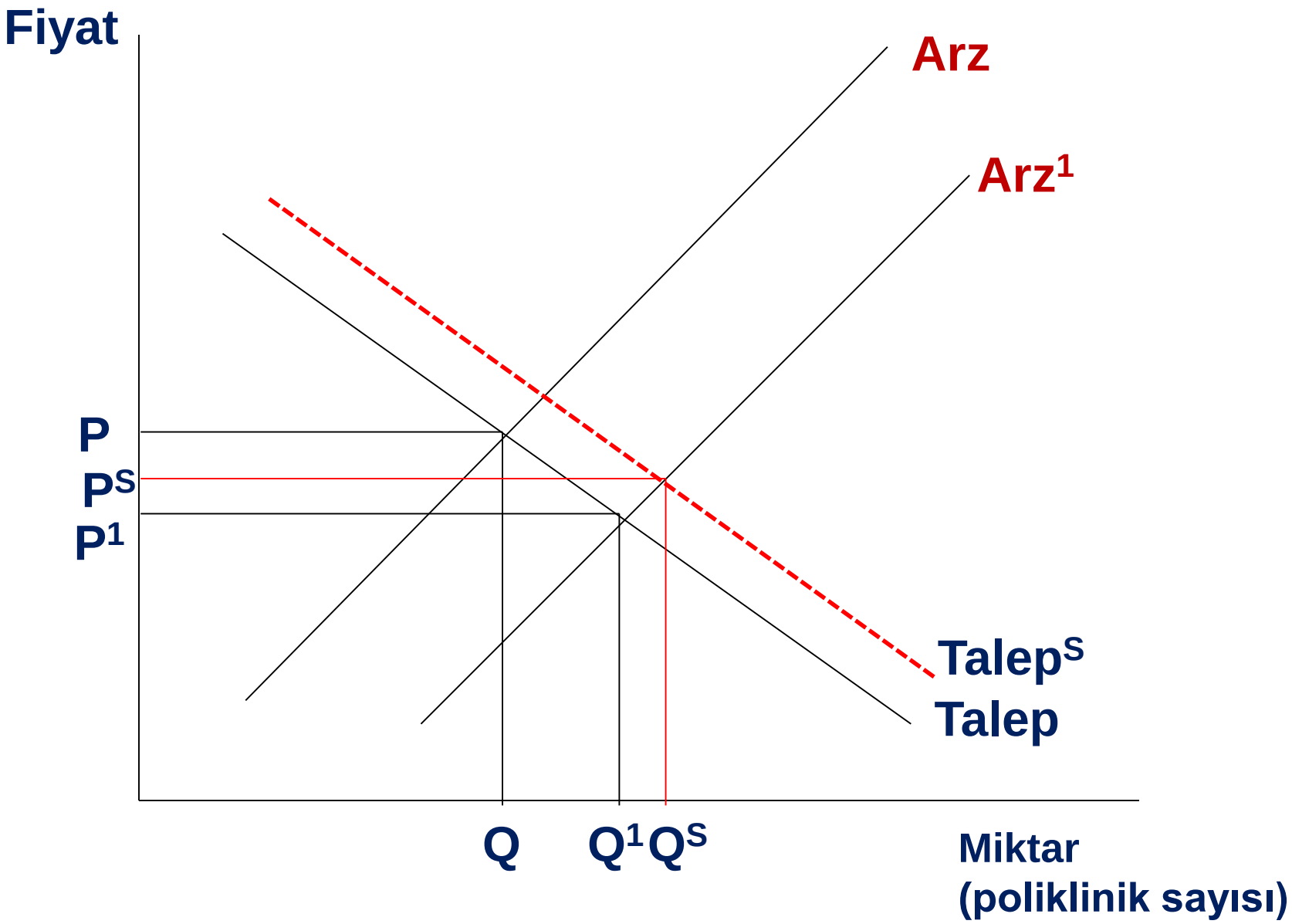
“Hasta doktorun doğru teşhis ve tedavi uygulamayabilmesi için tüm bilgileri doktora aktarmakta, ve hasta bundan sonra bu kararları uygulamaktadır”

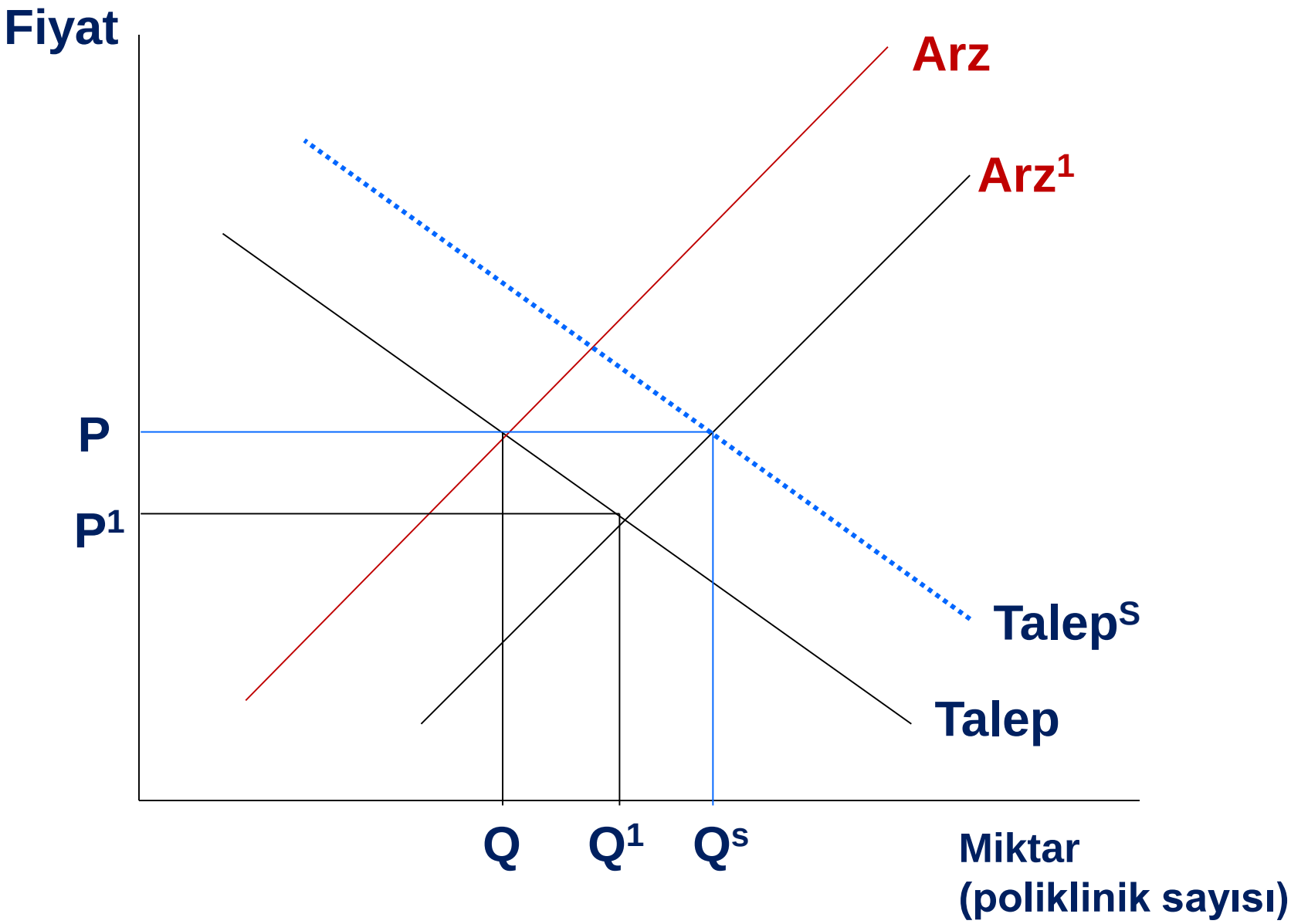
Arzın Talep Yaratması

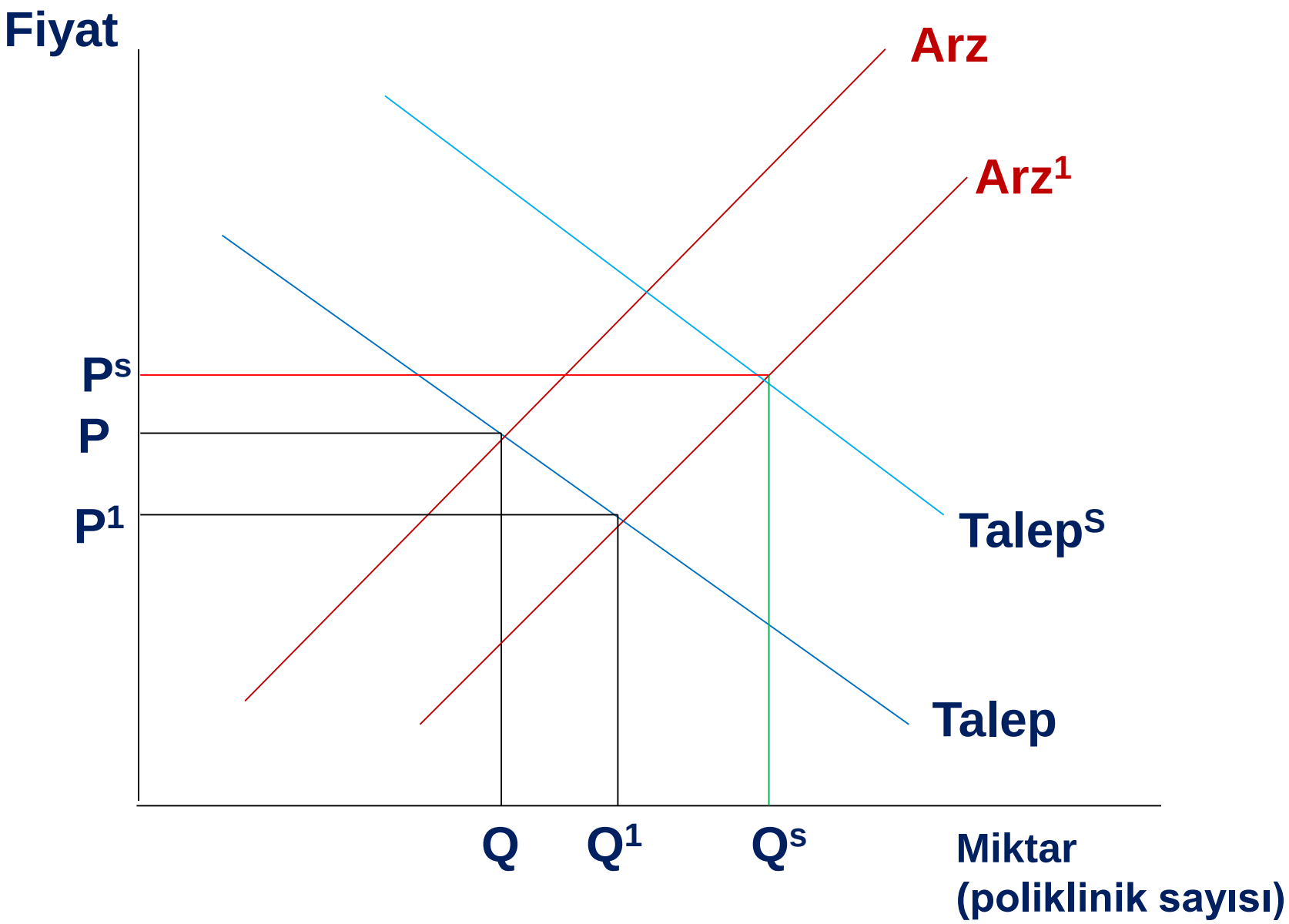
- Geleneksel piyasa analizinde talep tarafların (hastaların doktorlar kadar) bilgiye sahip olduğu varsayımı altında gerçekleştirilmektedir
- İlk kez Roemer (1961) tarafından "hasta varsa yatak da vardır" ile gündeme gelmiştir ('Roemer Yasası)
- Sağlık hizmeti sunucularının (doktorlar) dengeden uzaklaşmaya yol açan bir arz değişmesi karşısında talebi yönlendirme eğilimleri ortaya çıkabilir


Fiyat
Arz
P
Talep
Q
Miktar
(poliklinik sayısı)


Fiyat
Arz
Arz¹
P
P¹
Talep
Q
Q¹
Miktar
(poliklinik sayısı)


Fiyat
Arz
Arz1
P
PS
P1
TalepS
Talep
Q
Q1QS
Miktar
(poliklinik sayısı)


Fiyat
Arz
Arz1
P
P1
Talepˢ
Talep
Q
Q1
Qˢ
Miktar
(poliklinik sayısı)


Fiyat
Arz
Arz1
Ps
P
P1
Talepş
Talep
Q
Q1
Qs
Miktar
(poliklinik sayısı)

Piyasa Aksaklığının Kaynakları (VI): "Dışsallıklar"

Tanım: Herhangi bir kişi/firmanın üretiminin ya da tüketiminin diğer bir kişi/firmayı olumlu ya da olumsuz biçimde etkilemesidir

- Sigara içmek
- Kirlilik
- Alkollü araç kullanmak
- Aşılama

Sorun: Fiyatlama ve Maliyet

Talep yanlı dışsallık:

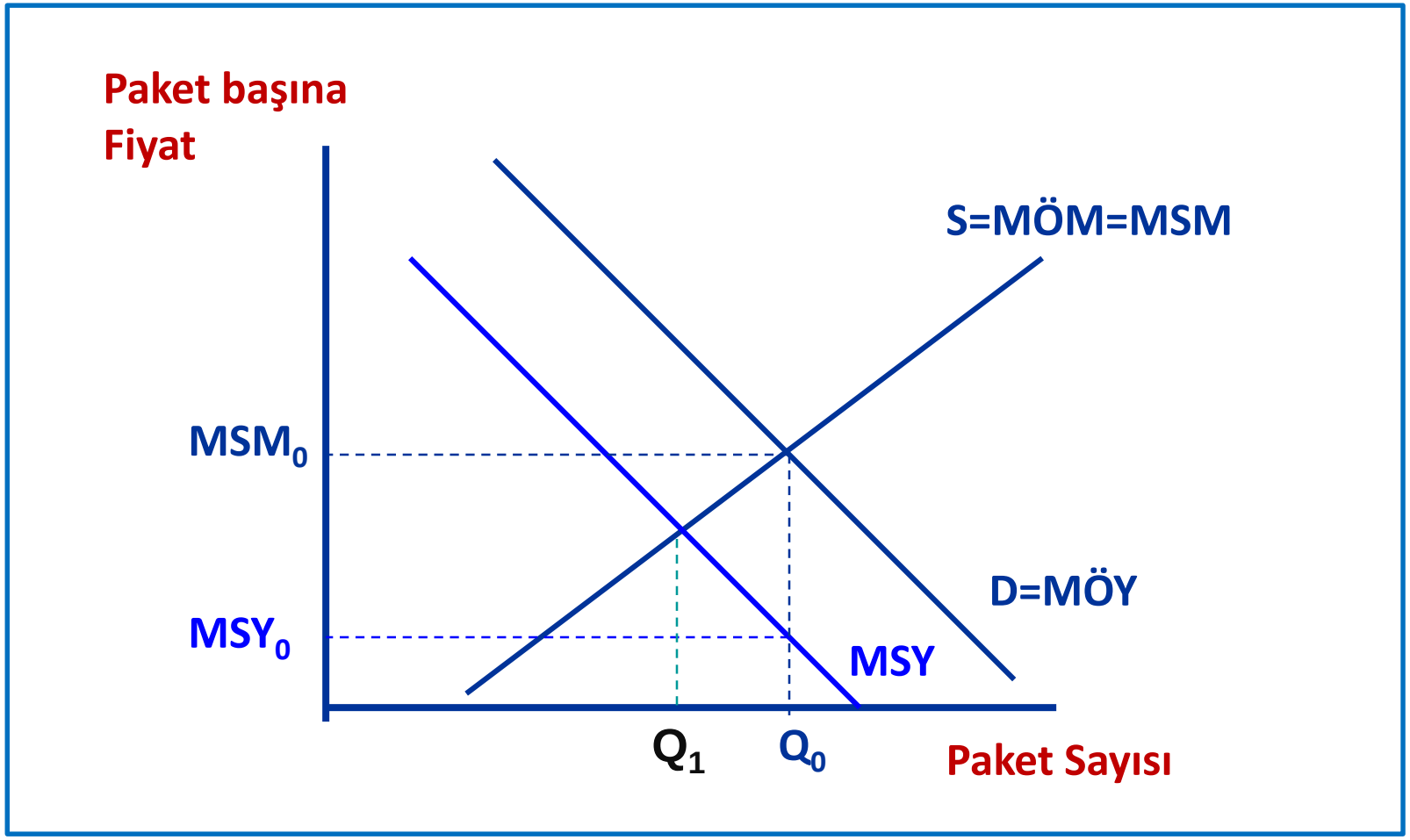
- Marjinal Sosyal Yarar (MSY) ≠ Marjinal Özel Yarar (MÖY)

***Arz yanlı dışsallık*:**

- Marjinal Sosyal Maliyet (MSM) ≠ Marjinal Özel Maliyet (MÖM)

Talep Yanlı (Negatif) Dışsallık: Sigara İçmek

- Çalışma ortamında sigara içenler, içmeyenlere negatif maliyet yükleyebilir
- Sigara içenler, içmeyenlerin sağlık harcamaları için katlandıkları maliyetleri arttırmakta
- Her iki grubun yer aldığı bir sağlık sigortası planında içmeyenler plandan ayrılmak isteyeceklerdir
  - Sigara içenler sağlık harcamalarının artışına neden olurken erken ölmeleri nedeniyle finansmanına daha az katkıda bulunmaktadırlar



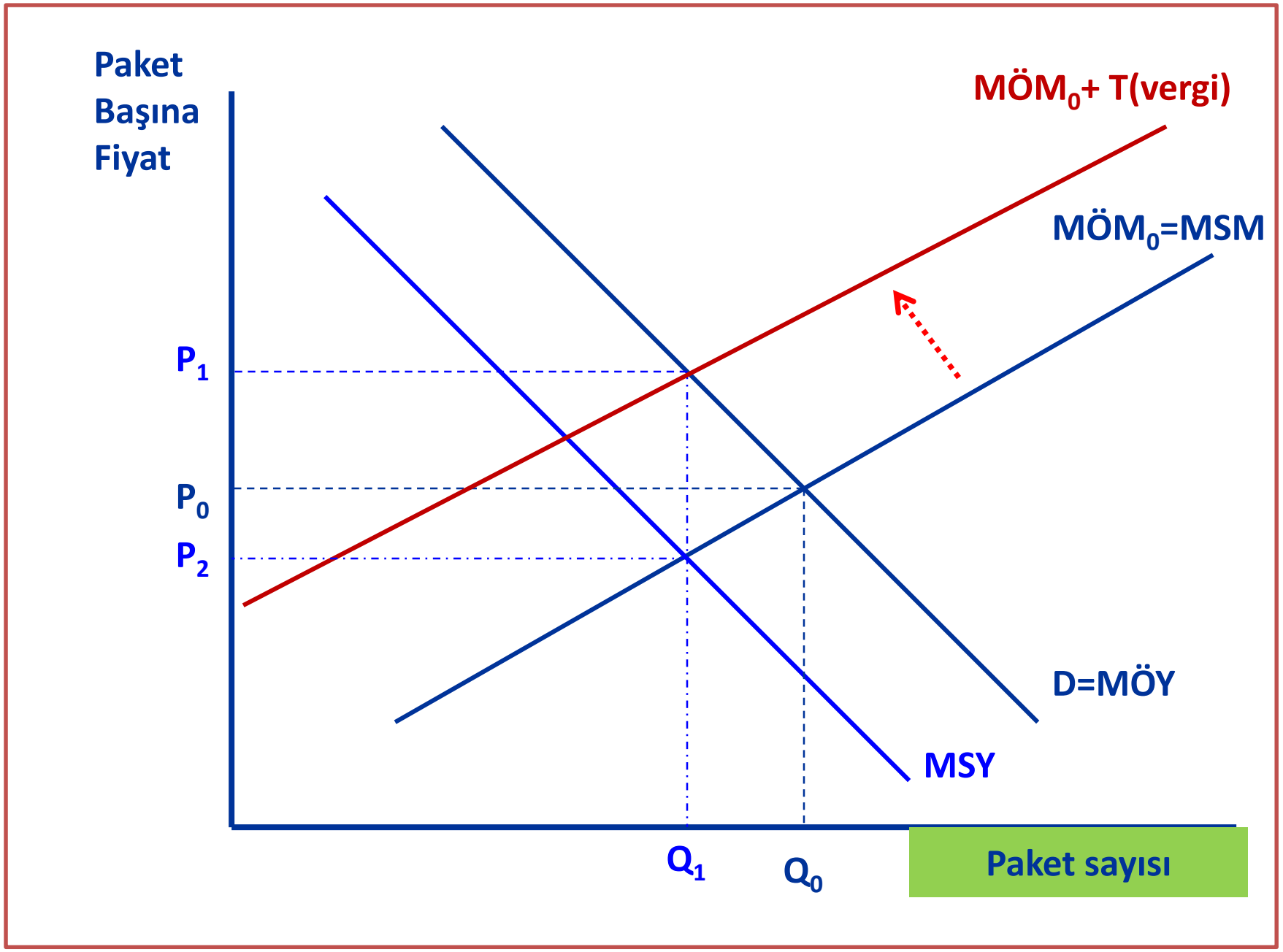
- Q_0 'da $MSM_0 > MSY_0$

  ➔Sigara tüketimi artmaktadır

Dışsallıkların yarattığı yararları ve maliyetleri düzenleyebilmek için vergi ve sübvansiyonlar gibi iki önemli müdahale aracı bulunmaktadır

- Sigara üzerine eklenecek bir (yeni) vergi tüketimi Q_1 düzeyinde dengeleyecektir

➔Sigara üreticileri için birim başına bir vergi (T), Q_1 noktasında MÖY ile MSY arasındaki dikey mesafeye eşittir


Paket
Başına
Fiyat
MÖM0+ T(vergi)
MÖM0=MSM
P1
P0
P2
D=MÖY
MSY
Q1
Q0
Paket sayısı

Vergi sonucunda:

- Sigara fiyatı = P_1
- Sigara üreticileri paket başına P_2 fiyatını kabul edeceklerdir
- Vergi yükü ise;

➢ Tüketici için $P_1 - P_0$

➢ Satıcı için $P_0 - P_2$