

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİ

Prof.Dr. Yaşar SARI

EKONOMİ

Ekonominin ana konusu: İnsanın sonsuz ihtiyaçlarını kıt kaynaklarla maksimum faydayı sağlayacak şekilde gidererek bireyin ve toplumun refahını artırmak.

- ⦿ **Kaynakların tam kullanımı sorunu**
 - > Tüm kaynaklar kullanılarak hangi maldan ne kadar üretilecek (Üretim olanakları eğrisi)
- ⦿ **Kaynakların etkin kullanımı sorunu**
 - > Hangi mal ne kadar üretilecek?
 - > Üretimde hangi yöntem kullanılacak?
 - > Hedef kitle yada tüketici kim olacak?
- ⦿ **Ekonomik büyüme ve kalkınma sorunu**

Ekonomi (İktisat) İlimi'nin Tanımları



Klasik İktisatçılardan A. Smith'e göre İktisat kısaca “servet ve servet elde edilmesi” ilmidir. Servetin elde edilmesi için sarf edilen beşeri faaliyetler iktisadi faaliyetlerdir ve iktisat da, **bu iktisadi faaliyetleri inceleyen bir ilim** olmaktadır.

Yine klasik görüşe sahip bir yazara göre İktisat, insan ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak, içinde buldukları maddi şartları düzeltmek ve refahlarını artırmak için yaptıkları tüm **iktisadi faaliyetleri** inceleyen, tahlil ve tasvir eden sosyal bir **ilimdir**.

Yine iktisadi faaliyetler açısından tanım veren başka bir yazara göre ise iktisat, mal ve hizmetlerin üretilmesi, kazanılması ve tüketilmesi sırasında insan faaliyetlerinden doğan sosyal olayları inceler.

Ekonomi (İktisat) İlimi'nin Tanımları

Bütün tanımların ışığı altında
“İktisat, insanların sınırlı kaynaklarla ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak için gösterdikleri çabaları inceleyen bir sosyal ilimdir” şeklinde de tanımlanabilir.

Ekonomi (İktisat) İlimi'nin Konusu

İktisat ilminin gelişiminde önemli katkıları olan, Klasik İktisatçılara göre **iktisadın konusu, iktisadi faaliyetlerdir.**

İktisadi faaliyetler ise,

- insanların ihtiyaçlarını karşılamak,
- içinde buldukları maddi şartları düzeltmek,
- refahlarını artırmak amacı ile yaptıkları faaliyetlerdir.

İktisadi Faaliyet

Bu yaklaşıma göre insanlar yaşadıkları sürece **sayısız ihtiyaç hissederek ve bu ihtiyaçlarını yaşadıkları ortamdan elde ettikleri kaynaklarla en iyi şekilde gidermeye çalışırlar.** Bu sırada ortaya koydukları tüm uğraşları **iktisadi faaliyetler** olmaktadır.

İktisadi Faaliyet

Ancak bazı ihtiyaçların giderilmesi için herhangi bir güç ve emek harcanmayabilmektedir. Örneğin solunum ihtiyacı için havanın teneffüs edilmesi veya her yerin karla kaplı olduğu bir ülkede susuzluk ihtiyacınının giderilmesi için yerden kar alıp yenilmesi durumunda harcanan belirli bir çaba yoktur. Başka bir deyimle, **iktisadi faaliyette bulunmadan da ihtiyaçların giderilmesi olanağı vardır. Bu tür faaliyetler iktisadın konusu dışında kalmaktadır.**

İktisadi Faaliyet

İktisadi faaliyet olabilmesi için ihtiyacın giderilmesinde **bir çaba harcanması** gerekir.

İktisadi faaliyette bulunmadan da ihtiyaçların giderilmesi olanağı vardır.

Bu tür faaliyetler iktisadın konusu dışında kalmaktadır.

TURİZM

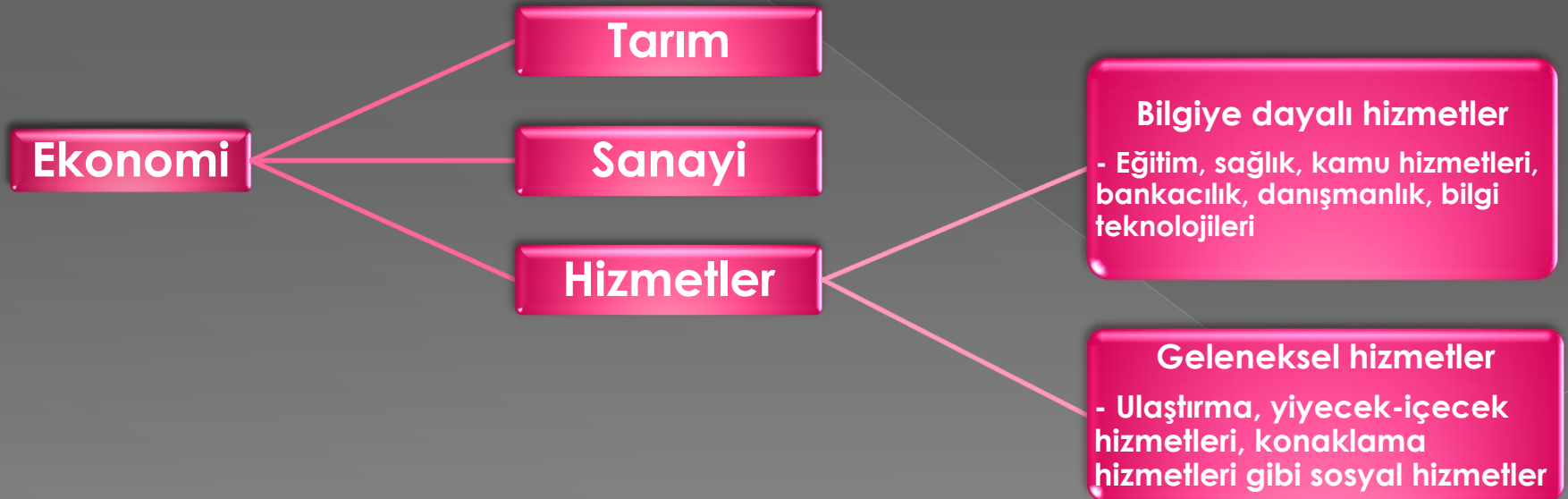
21.YY damgasını vuran 3 önemli konu:

- Bilgi teknolojileri
- İletişim teknolojileri
- Turizm

**Bilişim
Teknolojileri**

EKONOMİ VE TURİZM İLİŞKİSİ

○ Turizm: Ekonominin bir alt sektörü



Üretim Yöntemi	Gelir Yöntemi	Harcama Yöntemi
<p>1. TARIM</p> <p>1.1. Çiftçilik ve Hayvancılık</p> <p>1.2. Ormancılık</p> <p>1.3. Balıkçılık</p> <p>2. SANAYİ</p> <p>2.1. Madencilik ve Taşocakçılık</p> <p>2.2. İmalat Sanayii</p> <p>2.3. Elektrik, Gaz, Su</p> <p>3. İNŞAAT</p> <p>4. TİCARET</p> <p>4.1. Toptan ve Perakende Ticaret</p> <p>4.2. Otel, Lokanta Hizmetleri</p> <p>5. ULAŞTIRMA HABERLEŞME</p> <p>6. MALİ KURULUŞLAR</p> <p>7. KONUT SAHİPLİĞİ</p> <p>8. SERBEST MESLEK HİZMETLERİ</p> <p>9. İZAFİ BANKA HİZMETLERİ(-)</p> <p>10. KAMU HİZMETLERİ</p> <p>11. KAR AMACI GÜTMİYEN ÖZEL HİZMET KURULUŞLARI</p> <p>12. İTHALAT VERGİSİ</p>	<p>1. ÜCRET VE MAAŞ GELİRLERİ</p> <p>2. TEŞEBBÜS VE SERBEST MESLEK GELİRLERİ (Kar)</p> <p>3. ŞİRKET GELİRLERİ (Dağıtılmayan Karlar)</p> <p>4. KİRA GELİRLERİ (Rant)</p> <p>5. FAİZ GELİRLERİ</p> <p>6. (-) DEVLET TAHVİL FAİZLERİ ve TÜKETİCİ BORÇ FAİZLERİ</p>	<p>1. C (Tüketim Harcamaları)</p> <p>2. GSI (Gayri Safi Yatırım Harcamaları)</p> <p>3. G (Kamu Harcamaları)</p>
<p>GSYİH (Piyasa Fiyatlarıyla) ± F (DIŞ ALEM GELİRLERİ)</p>	<p>TOPLAM YURTIÇİ GELİR ± F (DIŞ ALEM GELİRLERİ)</p>	<p>TOPLAM YURT İÇİ HARCAMALAR + (E-M) ± F (DIŞ ALEM GELİRLERİ)</p>
<p>GSMH (Piyasa Fiyatlarıyla) - IA (AMORTİSMANLAR)</p>	<p>MG (Faktör Fiyatlarıyla) + VASITALI VERGİLER - SUB</p>	<p>GSMH (Piyasa Fiyatlarıyla) - IA (AMORTİSMANLAR)</p>
<p>SMH (Piyasa Fiyatlarıyla) - Vasıtalı Vergiler- SUB</p>	<p>SMH (Piyasa Fiyatlarıyla) + IA (AMORTİSMANLAR)</p>	<p>SMH (Piyasa Fiyatlarıyla) - Vasıtalı Vergiler- SUB</p>
<p>MG (Faktör Fiyatlarıyla)</p>	<p>GSMH (Piyasa Fiyatlarıyla)</p>	<p>MG (Faktör Fiyatlarıyla)</p>

TURİZM İN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Yıllar	GSMH Milyon USD	Turizm Gelirleri Milyon USD	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
2006	526.429.000	18.593.950	3,53
2007	648.754.000	20.942.501	3,23
2008	742.094.000	25.415.067	3,42
2009	616.703.000	25.064.481	4,06
2010	731.608.000	24.930.996	3,41
2011	773.980.000	28.115.694	3,63
2012	786.293.000	29.351.446	3,73

ÖDEMELER DENGESİ

A. Cari işlemler dengesi

a. Dış ticaret dengesi

- İthalat
- İhracat

b. Hizmetler (Görünmeyen kalemler)

- Faiz gelir ve giderleri
- Dış turizm gelir ve giderleri
- Sermaye gelir ve giderleri (Kar transferleri)
- İşçi gelir ve giderleri
- Taşımacılık gelir ve giderleri
- Bankacılık ve sigortacılık gelir ve giderleri

B. Sermaye Hareketleri

a. Doğrudan yatırımlar

b. Portföy yatırımları

c. Diğer uzun vadeli sermaye yatırımları

d. Kısa vadeli sermaye yatırımları

C. Net Hata ve Noksan (yanlış bilgi ve kaçakçılık gibi nedenlerle)

D. Rezerv Hareketleri

TURİZM İN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Ödemeler Dengesi	(milyon USD)			
	Aralık 2012	Ocak-Aralık 2011	Ocak-Aralık 2012	% Değişim
Cari İşlemler Dengesi	-4.658	-77.219	-48.867	-36,7
Dış Ticaret Dengesi	-5.403	-89.139	-65.602	-26,4
Hizmetler Dengesi	804	18.003	21.932	21,8
Turizm (net)	897	18.044	19.389	7,5
Gelir Dengesi	-321	-7.841	-6.594	-15,9
Cari Transferler	262	1.758	1.397	-20,5
Sermaye ve Finans Hesapları	6.531	65.659	44.845	-31,7
Doğrudan Yatırımlar (net)	599	13.698	8.301	-39,4
Portföy Yatırımları (net)	5.560	21.986	40.773	85,4
Hisse Senetleri	852	-986	6.274	-
Borç Senetleri	4.356	20.284	31.858	57,1
Diğer Yatırımlar (net)	-390	28.187	16.628	-41,0
Varlıklar	-2.193	11.136	-1.152	-
Efektif ve Mevduat	-2.535	12.852	657	-94,9
Yükümlülükler	1.803	17.051	17.780	4,3
Krediler	2.173	18.866	8.495	-55,0
Bankacılık Sektörü	1.230	12.527	4.267	-65,9
Bankacılık Dışı Sektörler	944	7.121	6.373	-10,5
Mevduat	-222	-4.309	7.783	-
Yurtdışı Bankalar	-308	-5.841	7.113	-
Yabancı Para	-686	1.759	5.229	197,3
Türk Lirası	378	-7.600	1.884	-
Yurtdışı Kişiler	207	3.447	2.914	-15,5
Rezerv Varlıklar (net)	762	1.813	-20.814	-
Net Hata ve Noksan	-1.873	11.560	4.022	-65,2

Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, genel olarak sağlığın geliştirilmesi, sağlığın korunması ve sağlığın geri kazanılması amacıyla başlayan ve sağlık hizmetleri unsurlarının yanı sıra tatil unsurlarını da kapsayan seyahatler, konaklamalar ve organizasyonlardan doğan olay ve ilişkilerin bütünü olarak tanımlanabilir.

Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi; kısaca bireylerin hem koruyucu, hem tedavi edici, hem rehabilitate edici hem de sağlığı geliştirici hizmetleri almak amacı ile yaşadıkları ülke dışında bir ülkeye ziyaretleridir.

Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, uluslararası sağlık amaçlı hareketlilik potansiyelini kullanarak sağlık kuruluşlarının büyümesine imkan veren bir sektördür.

Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, Tedavi ve tatil amaçlı şehirlerarası veya ülkelerarası yapılan seyahatler olarak ifade edilmektedir.

Sağlık Turizmi

1. Termal Sağlık Turizmi
2. Medikal Turizm
3. Yaşlı Turizmi (3rd Age Tourism, 3. Yaş Turizmi)
4. Engelli Turizmi kavramlarını barındırmaktadır.

SAĞLIK TURİZMİNDE SUNULAN HİZMETLER

Sağlık turizminde sunulan hizmetler dört ana başlıkta incelenmektedir:

1. **Yaşlı Bakım Hizmetleri;** Herhangi bir şikâyeti olmayan ileri yaş bireylerin geçici süreli bir başka ülkeye bakım amaçlı seyahatlerinde verilen hizmetler.
2. **Sağlığı Geliştirmeye Yönelik Hizmetler;** (Alternatif tamamlayıcı, SPA Wellness, termal kaynaklı sağlık, bitkisel tedavi, masaj vb)
3. **Rehabilitasyon Hizmetleri;** (diyaliz, bağımlılıkla mücadele programı gibi)
4. **Tedaviye Yönelik Hizmetler;** Medikal Turizm (estetik, ameliyat, kalp ameliyatı, göz ameliyatı, kanser tedavisi vb.

SAĞLIK EKONOMİSİ

Sağlık hizmetlerinde ihtiyaçların en iyi şekilde karşılanabilmesi için mevcut kaynakların sınırlı olması, sağlıkla ilişkilendirilebilecek konuların (hastane hizmetleri, özel sağlık hizmetleri, hastalıklar ve hastalıkların maliyetleri gibi) ekonomik olarak incelenmesini zorunlu kılmıştır.

SAĞLIK EKONOMİSİ

Böylece sağlık hizmetleri ve ekonomi arasındaki ilişki sağlık ekonomisi olarak adlandırılan bir alt bilimi oluşturmuştur.

SAĞLIK EKONOMİSİ

Sağlık ekonomisinin konusu öncelikle sağlık hizmetlerinin ekonomik analizi, bir başka deyişle sağlık hizmetleri sektörünün ekonomik analizidir.

SAĞLIK EKONOMİSİ

Sağlık ekonomisi,
kaynaklarda **ekonomi**
biliminin teori, kavram ve
tekniklerinin sağlık sektörüne
uygulanması biçiminde
ifade edilmektedir.

SAĞLIK EKONOMİSİ

kısaca; kıt kaynakların sağlık sektörü içerisinde nasıl tahsis edildiğini inceleyen bir bilim olarak tanımlanabilir.

SAĞLIK EKONOMİSİ

1960'lardan günümüze sağlık ekonomistleri tarafından yapılan araştırmalar, sağlık hizmetlerine

- Erişilebilirlik,
- fiyat ve gelir değişikliklerine karşı talebin esnekliği,
- mikro ekonomik teori kapsamında hastane ve doktorların davranışlarının incelenmesi
- ve maliyet içerikli çalışmalar olmuştur.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİ

Sağlık amaçlı turistik seyahatte bulunan turistlerin sağlık hizmetlerine dönük ihtiyaçlarının sınırlı kaynaklarla en iyi şekilde karşılanabilmesi için harcanan çabaları inceleyen bilim dalıdır.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİ

- Turizm geliri, yurtdışında ikamet eden vatandaş ve yabancıların ülkemizde turizm amaçlı yeme-içme, konaklama, **sağlık**, ulaşım, spor, eğitim, kültür, Türk firmaları ile yapılan uluslararası yolculuk ücretleri, cep telefonu dolaşım harcamaları, marina hizmet harcamaları, giyecek, hediyelik eşya, halı-kilim vb. mal ve hizmetlere yapmış oldukları bireysel ve paket tur harcamalardır.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİ

Dünya nüfusunun artması, yaşam kalitesinin yükselmesi, çeşitli ülkelerde sağlık hizmeti maliyetlerinin yükselmesi sebebiyle, insanlar daha kaliteli ve görece ucuz hizmet alabilecekleri ülkelere yönelmişlerdir. Yaşlı nüfusun oransal olarak artması da sağlık turizmini artıran etkenlerden biri olmuştur.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİ

Sağlık turizmi, dünyada 100 milyar dolarlık bir hacme ulaşarak tüm ülkelerin dikkatini çeken bir konuma ulaşmıştır. Sağlık turizmi sadece termal turizm ya da Spa (Sudan gelen sağlık) turizmi ile sınırlı kalmamış, tıp uygulamalarını da kapsar duruma gelmiştir.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİ

Sağlık amaçlı seyahatlerle ilgili;

Talep, arz, piyasa dengesi, tüketici ve üretici dengesi, ülke ekonomilerine katkısı gibi konuların incelenmesini içermektedir.

Temel Kavramlar

- **İhtiyaç:** Karşılanmadığı zaman acı ve üzüntü, karşılandığı zaman zevk ve haz veren duygulardır.
 - > **Zorunlu ihtiyaçlar:** İnsanların hayatını devam ettirebilmeleri için mutlaka tatmin etmek durumunda oldukları ihtiyaçları ifade eder. Beslenme, barınma vs.
 - > **Kültürel ihtiyaçlar:** İnsanların zorunlu ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra karşılamak istedikleri ihtiyaçları ifade etmektedir. Eğitim, gezi, sinema, tiyatro, spor vs.
 - > **Lüks ihtiyaçlar:** Zorunlu ve kültürel ihtiyaçlarını yeterince karşılayan insanların duydukları ihtiyaçlardır. Dünya turuna çıkmak, spor otomobil kullanmak vs.

Bu ayrım toplumdan topluma, zamandan zamana ve gelir gruplarına göre farklılıklar göstermektedir.

Temel Kavramlar

- İhtiyaçlarla ilgili bazı özellikler:
 - > Sonsuzdur.
 - > Şiddet açısından farklılıklar gösterir.
 - > Tatmin edildikçe şiddetleri azalır.
 - > Başlangıçta zorunlu olmayalar zamanla zorunlu hale gelebilir.
 - > İhtiyaçlar ve ihtiyaçları tatmine yarayan araçlar ikame edilebilir.
 - > İhtiyaçlar tekrarlanırlar.

Temel Kavramlar

◉ **Mal ve Hizmet:** İnsanların ihtiyaçlarınının tatmin edilmesine yarayan maddi değerlere **mal** denir. Su, ekmek, otomobil vs. Belli bir takım ihtiyaçları gideriyor olmasına rağmen maddi varlık özelliği taşımayan değerlere **hizmet** denir. Hasta muayenesi, sanık savunması, ders anlatımı vs.

İnsanların ihtiyaçlarını gidermek amacıyla üretilen ve değişime konu olan malları, değişik özellikleri ön plana çıkartılarak aşağıdaki şekilde gruplandırmak

Temel Kavramlar

>Ekonomik mallar ve Serbest Mallar: Elde edebilmek için mutlaka belirli bir çaba harcanması ve bedel ödenmesi gereken mallara **ekonomik mallar** denir. Ekmek, elbise, otomobil, ev vs.

İnsan açısından hayati önem arz ediyor olmasına rağmen, ihtiyaç duyulduğunda herhangi bir bedel ödenmeksizin veya çaba harcanmaksızın elde edilebilen mallara **serbest mallar** denir. Hava, güneş ışığı vs.

Temel Kavramlar

>Tüketim malları ve Üretim malları: İnsan ihtiyaçlarını doğrudan karşılayan mallara tüketim malları veya nihai mallar denir.

Ekmek, elbise, otomobil, ev vs.

Diğer üretim mallarının ve tüketim mallarının üretiminde kullanılan ve insan ihtiyaçlarını dolaylı olarak karşılayan mallara üretim malları denir. Çimento, traktör vs.

Temel Kavramlar

>Dayanıklı mallar ve Dayaniksiz Mallar:

Kullanıldığında tükenen, yok olan mallara dayaniksiz mallar adı verilir. Ekmek, odun, şeker, sigara vs.

Bir veya birkaç kullanımla yok olmayan ihtiyacı giderme özelliğini uzun süre koruyan ve bir ekonomik ömrü olan mallara dayanıklı mallar denir. Beyaz eşyalar, otomobil, ev vs.

Temel Kavramlar

> **Tamamlayıcı mallar ve ikame mallar:** İhtiyaçların giderilmesinde başka mallar ile birlikte kullanılmasını gerektiren veya üretimde başka mallar ile birlikte kullanıldığında etkili olabilen mallara **tamamlayıcı mallar** denir. Birlikte kullanılması gereken mallardan biri olmazsa ihtiyaç giderilemez, üretim gerçekleştirilemez. Otomobil-yakıt, Şeker-çay vs.

Zaman ve mekana bağlı olarak birbirinin yerine kullanılabilen mallara **ikame mallar** denir. Tüketicinin aynı ihtiyacını karşılayan ikame mallara **rakip mallar** da denir. Çay-kahve, et-balık, pirinç-bulgur, tereyağı-margarin vs.

Temel Kavramlar

- > Menkul mallar ve Gayrimenkul mallar:
Bir yerden başka bir yere kolaylıkla taşınabilen mallara **menkul mallar** denir. Ev eşyaları, hammadde, hayvan, tahvil, hisse senedi vs.
- Bir yerden başka bir yere taşınması hemen hemen imkansız olan mallara **gayrimenkul mallar** denir. Bina, arazi, fabrika vs.

Temel Kavramlar

> Normal mallar ve Düşük mallar: Gelir artışına bağlı olarak talebi artan mallara normal mallar, kaliteli mallar veya lüks mallar denir.

Gelirin artmasına bağlı olarak talebi düşen mallar ise düşük mallardır. Örneğin geliri artan bir kişinin tereyağı talebi artarken margarin talebi düşecektir.

Temel Kavramlar

- > Asli mallar ve Bağlı mallar: Üretilmek istenen mallar asli mallar, bu malların üretim sürecinde ortaya çıkan mallar ise bağlı (tali) mallardır. Örneğin, buğday üretiminde buğday asli mal iken, saman bağlı bağlı maldır.

Temel Kavramlar

● **Fayda** : Fayda bireyin herhangi bir malın tüketiminden elde ettiği doyumdur. Örneğin; açlık bir ihtiyaç, yemek de ihtiyacı karşıladığı için faydaya sahiptir. Fayda kavramı subjektiftir. Belirli bir malın faydası kişiden kişiye değişir. İhtiyacın şiddetine göre değişir.

Temel Kavramlar

Fayda ile ilgili olarak iktisatta bir de “**marjinal fayda**” kavramı çok sık kullanılmaktadır. Marjinal, kelime olarak “**en uca ait olan**” anlamına gelmekle birlikte, marjinal faydayı **herhangi bir malın son biriminin sağladığı fayda olarak tanımlayabilmekteyiz**. Bir maldan tüketilen birimlerin sağladığı faydaların toplamına **Toplam Fayda** denilmektedir. Yani marjinal faydaların toplamı toplam faydayı vermektedir.

Temel Kavramlar

Malların (kullanım) miktarı arttıkça, giderek daha az şiddetli ihtiyaçlar karşılanacağı için, malın marjinal faydası azalır. Buna “**azalan marjinal fayda yasası**” denilmektedir. Faydayla ilgili konular ileriki konular içinde yer alan **Tüketim Teorisi** başlığı altında geniş bir şekilde yeniden ele alınacaktır.

Temel Kavramlar

◉ **Değer ve Fiyat:** Bir malın veya hizmetin değeri denildiğinde tüketicilerin o mal veya hizmete verdikleri önemin anlaşılması gerekir. Tüketiciler bir mal ve hizmete onların kendilerine sağladığı fayda oranında değer verirler. Fakat gerçek hayatta bazen faydası çok olan mal ve hizmetlere daha az değer verildiği görülür. Bu durumda yüksek değer çok az bulunan (oldukça kıt olan) mallar için söz konusudur. Örneğin **su ve elmas**. Buna **değer çelişkisi (paradoksu)** denir. Bu çelişkiden kurtulmak için değer kavramı ikiye ayrılır:

1- Kullanım değeri

2- Mübadele (değişim) değeri

Bir mal veya hizmetin kullanım değeri onun tüketicilere sağladığı fayda ile ölçülür.

Bir mal veya hizmetin değişim değeri ise, o mal veya hizmetin ötekilerle değiştirilme imkanına ve kıtlık durumuna göre belirlenir ve o mal ve hizmetin **fiyatı** olarak ifade edilir. **Kullanım değeri subjektif, mübadele değeri objektiftir.**

Temel Kavramlar

- ◉ **Fiyat:** Bir mal veya hizmetin değişim değerinin **para** ile ifadesidir. Genel bir tanımlama ile mal ve hizmetlerin bir birimi ile değiştirilebilen para, mal veya üretim faktörü olarak belirtilebilir.
- ◉ **Para:** Bir toplumda değişim ve ödeme aracı olarak kullanılan, genel kabul gören ve kendi dışındaki tüm ekonomik varlıkların değerini ölçmeye yarayan bir araç olarak tanımlanabilir.

Temel Kavramlar

● **Mübadele yada Değişim:** İnsanların ellerinde bulundurdukları ekonomik varlıkları, başka mal ve hizmetlerle değiştirmesi faaliyetlerine el değişim (mübadele) denilmektedir.

El değişim faaliyetinden söz edilebilmesi için mal ve hizmetlerin el değiştirmesi yeterli değildir. Örneğin bir firma ürettiği ürünü kendisine ait dükkânlara gönderdiğinde henüz değişim olayı gerçekleşmemiştir. El değişimden söz edebilmemiz için malların sahibinin değişmiş olması gerekir.

Temel Kavramlar

Değişim Araçları:

Mal → Mal: Trampa yada takas

Mal → Altın: Külçe ve sikke

Mal → Gümüş: Külçe ve sikke

Mal → Para → Mal: Mübadele Ekonomisi

Para → Mal → Para: Paralı Ekonomi

Temel Kavramlar

Birbiriyle iç içe (girift) yapı oluşturan; bazen bir arada, bazen de zamana yayılarak ortaya çıkan **iktisadi faaliyetleri** çeşitli kriterlere göre **4 grupta toplamak** mümkün olmaktadır.

Bunlar;
Üretim,
Değişim,
Bölüşüm,
Tüketim'dir.

Temel Kavramlar

○ **Üretim:** Bir iktisadi faaliyetin üretim sayılabilmesi için, **gerçekleştirilen bu faaliyetle;**

- ya malın miktarı artıyor,
- veya malın faydası artıyor,
- veyahut da faydalı hizmette bulunuluyor olması gerekir.

Temel Kavramlar

Üretim Faktörleri	Faktör Sahibi	Üretimden Aldıkları Paylar
Emek veya İşgücü	İşçi	Ücret
Tabiat (DK)	Rantiyer	Rant
Sermaye	Sermayedar	Faiz
Girişim	Girişimci (Müteşebbis)	Kâr

Üretim

Bölüşüm

Temel Kavramlar

⦿ **Değişim:** Bir bedel ödenerek mal ve hizmetlerin mülkiyetinin el değiştirmesi olarak ifade edilmektedir.

Temel Kavramlar

⊙ **Bölüşüm:** Üretim sonucu **Değişim** ile ortaya çıkan gelirin üretime katılan unsurlar arasında paylaşımını ifade eden bir deyimdir. Bilindiği gibi **emeğin payı ücret**, **doğal kaynakların payı rant (Kira)**, **sermayenin payı faiz** adıyla anılmaktadır. Bu üç gelir payı dağıtımı sonucu geriye kalan kısım ise **girişimcinin payı kâr** olmaktadır.

Temel Kavramlar

● **Tüketim:** Ekonomik mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarının doğrudan giderilmesi amacıyla nihai (en son) kullanımına tüketim denir. **Un ve Ekmek örnekleri.**

Temel Kavramlar

● **Tasarruf:** Gelirin tüketilmeyen kısmına “tasarruf” denilmektedir. Daha önce gelir ve tüketim kavramları açıklanmıştı, gerek bir birey açısından, gerekse bir toplum açısından gelir ile tüketim arasındaki net fark tasarruf olmaktadır. Yani,

Tasarruf = Gelir - Tüketim dir.

Tasarruf **pozitif** olabileceği gibi **sıfır** veya **negatif** değerde de olabilir. Genelde geliri çok düşük olan kimseler, gelirlerinden fazla tüketmek zorunda kaldıkları için, tasarrufları **negatiftir**. Buna karşılık gelirleri yüksek olanların tasarrufu ise **pozitif** değerdedir.

Temel Kavramlar

- ◉ **Yatırım:** Halk dilinde yatırım denilince, belirli bir para ile arsa veya bina veyahut da altın alınması kastedilir. Oysa iktisatta bu olaylar yatırım sayılmamaktadır ve servetlerin el değiştirmesinden başka bir şey olmamaktadır.

İktisat ilminde yatırım denilebilmesi için bir kimsenin veya toplumun sahip olduğu sermaye malları stokunda net bir artışın gerçekleşmesi gerekir.

Örneğin birisinin yeni bir ev yaptırması durumunda, hem bireye ait hem de topluma ait “**sermaye malları**” stokunda net bir artış olduğundan, birey veya toplum için yatırım söz konusudur.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİ

Tedavi olmak ve çeşitli sağlık hizmetleri almak amacıyla yaşanılan yer dışında başka bir yere gerçekleştirilen seyahatler **sağlık turizmi** olarak adlandırılırken bu seyahatleri gerçekleştiren bireyler **sağlık turisti** olarak adlandırılmaktadır.

SAĞLIK TURİZMİ TALEBİ

Talep: Literatürde talep satın alma gücü ile desteklenen satın alma isteği olarak tanımlanmaktadır.

Bir isteğin talep olarak nitelendirilebilmesi için satın alma gücü ile desteklenmesi gerekmektedir ve satın alma gücü talebi belirleyen en temel faktördür.

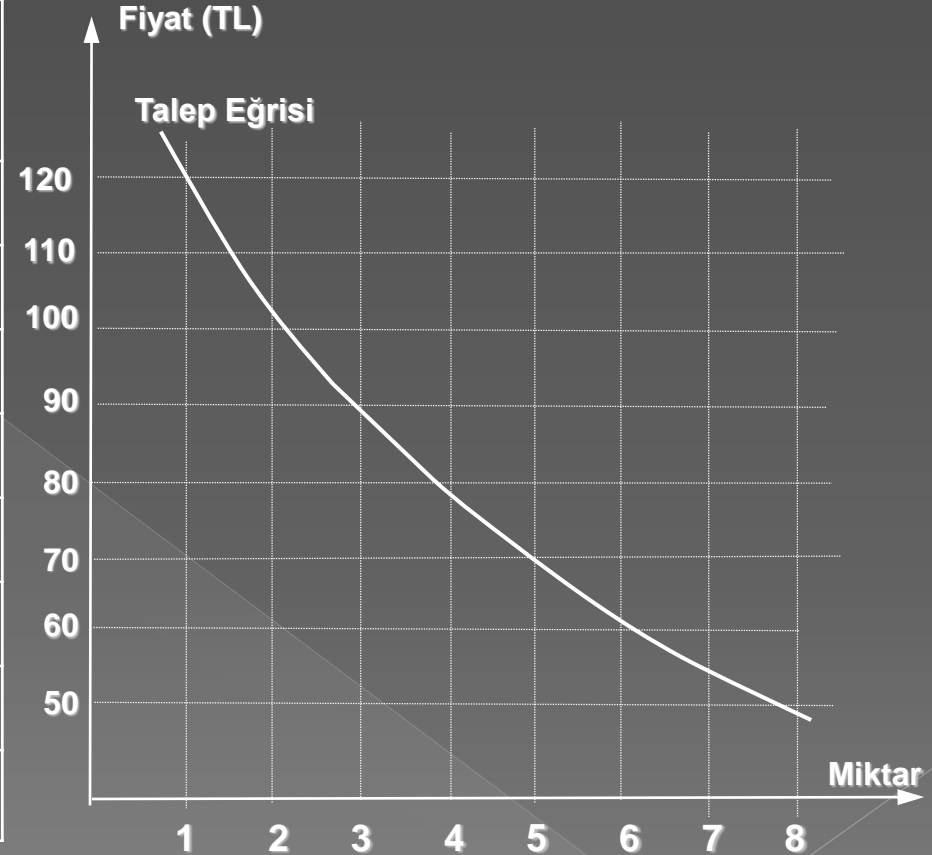
SAĞLIK TURİZMİ TALEBİ

Sağlık Turizmi Talebi: Talep tanımından hareketle sağlık amaçlı seyahat edenler tarafından satın alma gücü ile desteklenen sağlık hizmeti satın alma isteği olarak tanımlanabilir.

-Sağlık amaçlı seyahat dış turizm şeklinde gerçekleşiyorsa **dış sağlık turizmi talebi**, Bu seyahat iç turizm şeklinde gerçekleşiyorsa **iç sağlık turizmi talebi** adı verilmektedir.

SAĞLIK TURİZMİ TALEP ÇİZELGESİ VE TALEP EĞRİSİ

Tedavi Fiyatı (\$)	Tedavi Talebi
120	1
110	2
100	3
90	4
80	5
70	6
60	7
50	8



Sağlık Turizminde Talep Yasası: Bir sağlık ürünün yada hizmetinin fiyatı artarsa talebi düşer, Fiyatı azalırse talebi artar.

SAĞLIK TURİZMİNDE TALEP FONKSİYONU

STT=f(talebi etkileyen faktörler)

Sağlık piyasalarında talebi etkileyen Faktörler:

Fiyat,

Gelir,

Sağlık hizmetinin finansman yöntemi,

Sağlık personellerinin tavır ve tutumları,

Sağlık kuruluşlarının fiziksel imkanları,

Tüketicinin zevkleri, tercihleri ve beklentileri,

Hastalığın riskleri,

Sigorta gibi faktörlerdir.

SAĞLIK TURİZMİNDE TALEP ESNEKLİĞİ (ELASTİKİYET)

Sağlık ile ilgili mal ve hizmetler zorunlu mal ve hizmetler grubunda olup olmadığı durumuna göre fiyat değişimleri karşısında talepteki değişimler farklılık göstermektedir. Buna göre

$E_{STf} < 1$ (zorunluluk durumu)

$E_{STf} > 1$ (Zorunlu olmama durumu)

SAĞLIK TURİZMİNDE TALEP ESNEKLİĞİ (ELASTİKİYET)

- **Talebinin Fiyat Esnekliği:** Sağlık Turizmindeki mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki değişmeler karşısında talebin gösterdiği duyarlılığa (hassasiyete) sağlık turizminde talebin fiyat esnekliği denir.

$$E_{STf} = \frac{\text{Miktardaki \% Değişme}}{\text{Fiyattaki \% Değişme}} = \frac{\text{Miktardaki Oransal (nispi) Değişme}}{\text{Fiyattaki Oransal (nispi) Değişme}}$$

SAĞLIK TURİZMİNDE TALEP ESNEKLİĞİ (ELASTİKİYET)

- Talebin Gelir Esnekliği: sağlık turizminde mal ve hizmetlerden talep edilen miktarın turistik tüketicinin gelir seviyesinde meydana gelen değişmeler karşısında gösterdiği duyarlılık sağlık turizminde gelir esnekliği olarak adlandırılır.

$$E_{STg} = \frac{\text{Miktardaki \% Değişme}}{\text{Gelirdeki \% Değişme}} = \frac{\text{Miktardaki Oransal (nispi) Değişme}}{\text{Gelirdeki Oransal (nispi) Değişme}}$$

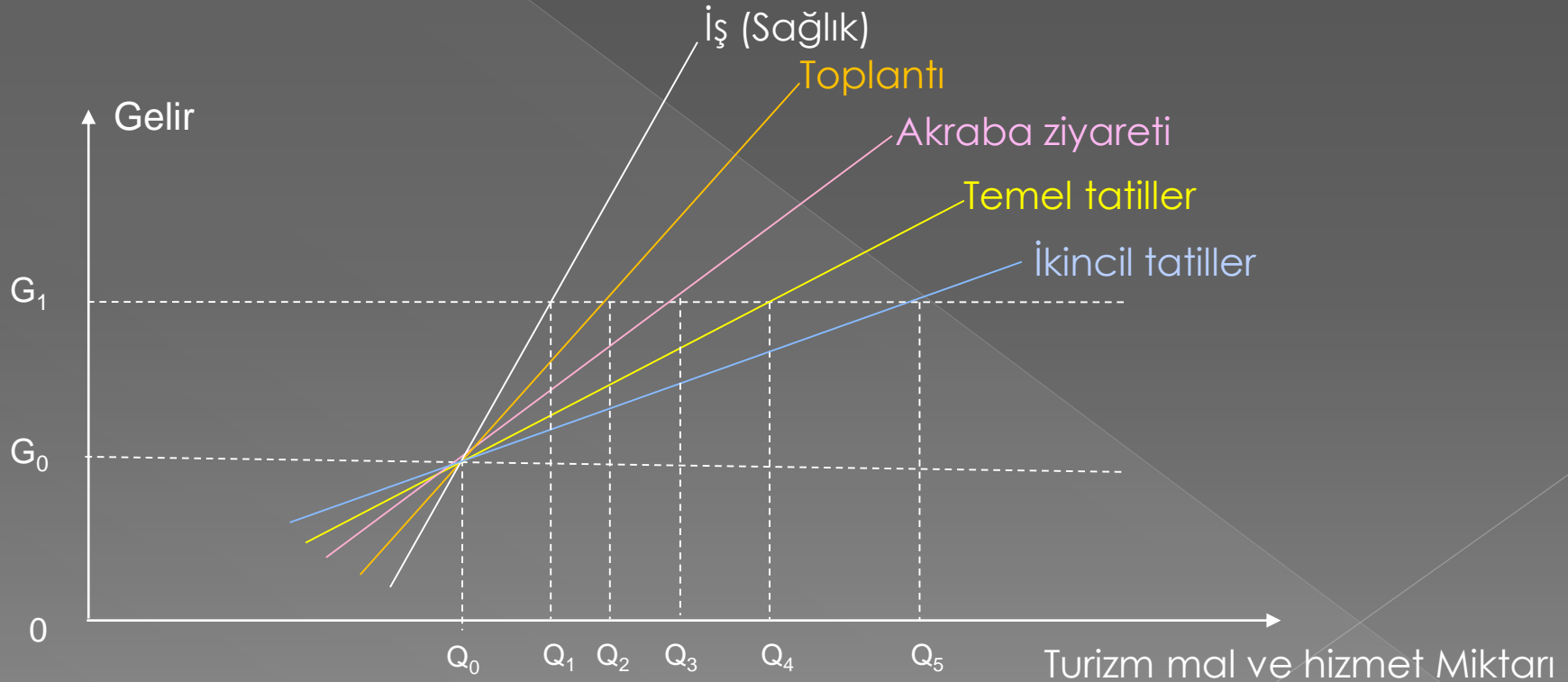
Gelir esnekliğinin pozitif değer taşıması Sağlık turizmindeki turistik tüketicinin söz konusu turistik mal ve hizmetten geliri artınca daha fazla, geliri düşünce daha az talep edeceği anlamına gelir.

Sağlık turizminde talebin gelir esnekliği bazı turistik ürünler ve bölgeler için negatif değerler alabilir. Bunun temel nedeni bu ürün ve bölgelerin turistik tüketiciler için ikincil derecede öneme sahip ürün ve bölgeler olması ve gelir arttıkça turistlerin daha nitelikli ürün ve bölgelere yönelmesidir.

SAĞLIK TURİZMİNDE TALEP ESNEKLİĞİ (ELASTİKİYET)

● Talebinin Gelir Esnekliği:

Turizmde talebin gelir esnekliği düzeyleri değişik turizm türleri için farklılık gösterir. İş ve sağlık amaçlı seyahatler ikincil tatillere oranla daha az esnektir. Bunun sebebi bu tür seyahatlerin bir seçimden ziyade zorunluluktan kaynaklanıyor olmasıdır.



SAĞLIK TURİZMİ ARZI

Arz: Bir üreticinin belirli bir dönem içinde belli bir fiyattan satmak amacıyla ürettiği mal ve hizmetlerdir. Başka bir ifade ile diğer şartlar sabit iken (ceteris paribus) üreticilerin veya satıcıların çeşitli fiyatlardan satmak istedikleri mal ve hizmet miktarına **arz** denilmektedir

Sağlık Turizmi Arzı: Sağlık amaçlı üretilen mal ve hizmetlerin belli bir dönemde belli bir piyasada belli bir fiyattan satışına sunulmasıdır.

SAĞLIK TURİZMİNDE ARZIN ÖZELLİKLERİ

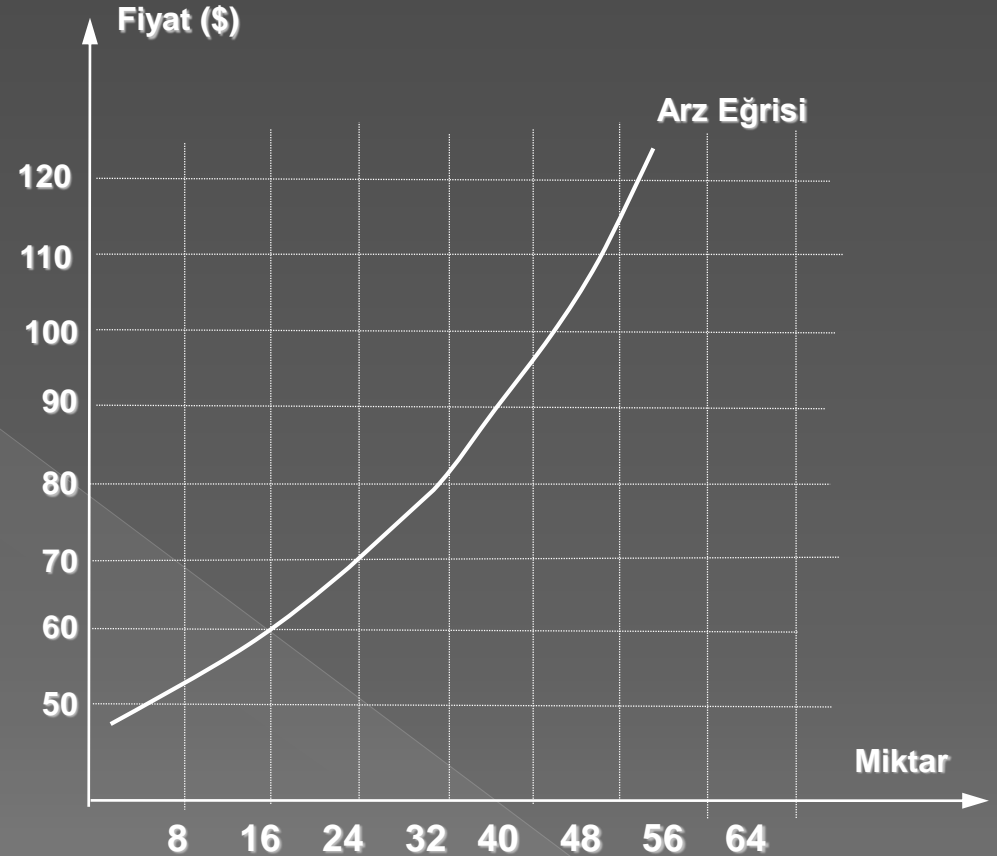
- Başlangıçta büyük sermaye yatırımları gerektirir.
- Her ülke insanının yapısına uygun olarak ürünün pazarlamasını ve sunulmasını gerektirir.
- Turizm ürünü bir çeşit hizmet olduğundan soyut özellik gösterir.
- Turizm ürünü stoklanamaz.
- İkame oranı yüksektir.
- Turizm arzı emek yoğun üretime dayalıdır.
- Kısa dönemde turizm arzı inelastiktir.
- Sağlık turizmi ürünleri üretildiği yerde tüketilir.
- Heterojen bir özelliğe sahiptir. Bir noktadaki olumsuz bir durum bütün süreci etkiler.
- Tam rekabet piyasasından uzaklaşmasına neden olur.
(Her bölgenin farklı kaynağı olması)

SAĞLIK TURİZMİNDE ARZ TABLOSU ve ARZ EĞRİSİ

Üretici kararlarını etkileyen tüm etkenler sabitken, belli bir zaman diliminde üreticinin belli fiyatlardan satmaya razı olduğu sağlık turizmi ile ilgili mal ve hizmet miktarlarını gösteren tablodur.

SAĞLIK TURİZMİNDE ARZ TABLOSU VE ARZ EĞRİSİ

Operasyon Fiyatı (\$)	Operasyon (adedi/Ay)
50	5
60	16
70	24
80	31
90	37
100	42
110	46
120	49



Sağlık Turizmde Arz Yasası: Sağlık turizmi ile ilgili ürünün fiyatı artarsa arzı da artar. Fiyatı azalırda arzı da azalır.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZ FONKSİYONU

Arzı etkileyen değişkenler bağımlı bağımsız şeklinde birbirine eşitlendiğinde ortaya çıkan bağıntıdır.

Bunlar Temel Değişkenler ve Ekonomik Değişkenlerdir.

Temel ve Ekonomik değişkenler birlikte kullanılması durumunda arz fonksiyonu aşağıdaki gibi olacaktır:

$$A_{ST}=f(TD, ED)$$

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZ FONKSİYONU

Sağlık ekonomisinde turistik mal ve hizmetin belli bir zaman dilimi içinde arzını etkileyen temel ekonomik değişkenlerle turizm arzı arasındaki ilişkilere verilen isimdir.

Temel değişkenler:

$$A_{ST} = f(Fa, Ka)$$

- > A_{ST} = sağlık turizmi arzı
- > Fa = Fiziksel Altyapı
- > Ka = Kurumsal Altyapı

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZ FONKSİYONU

Ekonomik değişkenler:

$$A_{ST} = f(F_t, F_{dt}, M, T, D)$$

A_{ST} = sağlık turizm arzı

Ceteris paribus:

➤ F_t = Sağlık turizmi mal ve hizmetlerinin fiyatı

• Turizm arzı ile doğru orantılıdır.

➤ F_{dt} = Diğer turistik mal ve hizmetlerinin fiyatı

• Sağlık Turizm arzı ile ters orantılıdır.

➤ M = Sağlık turizmi mal ve hizmetlerinin maliyeti

Turizm arzı ile ters orantılıdır.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZ FONKSİYONU

Ekonomik değişkenler:

>T = Teknoloji seviyesi

- Turizm arzı ile doğru orantılıdır.

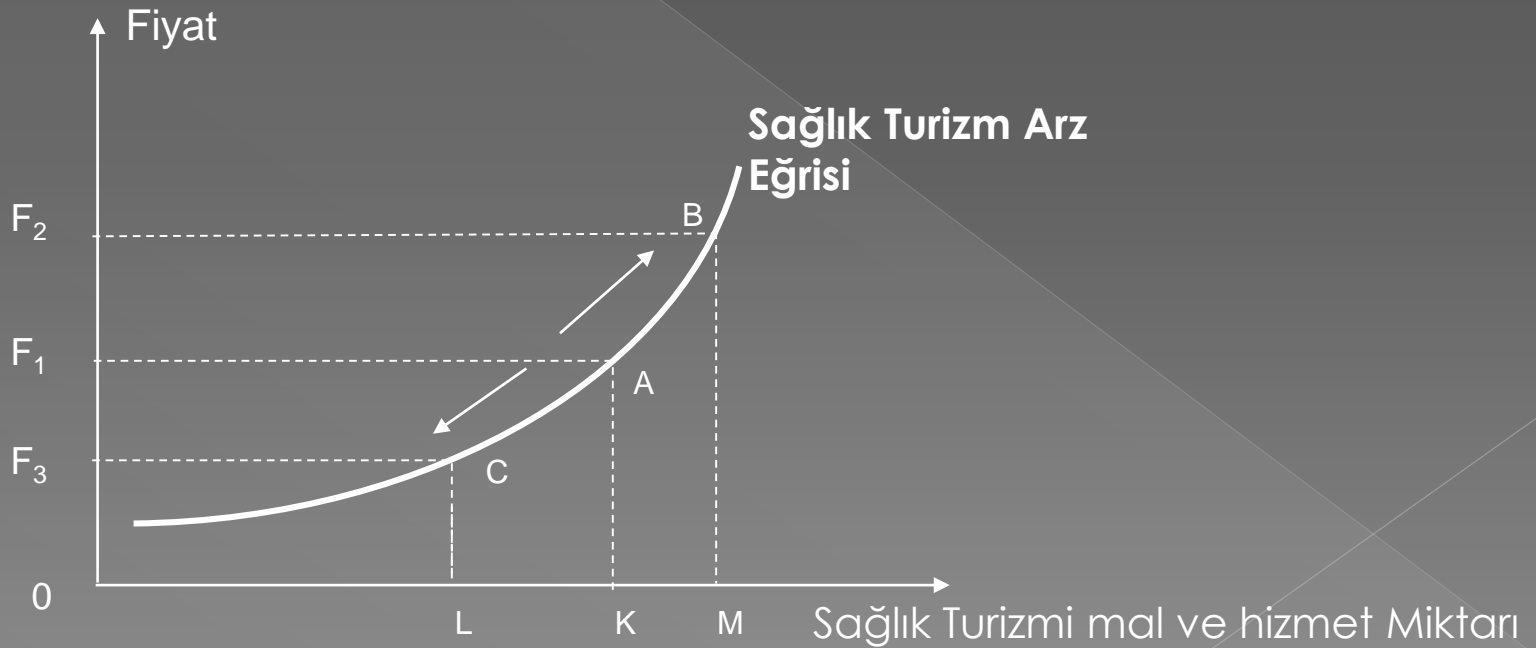
>D = Üretimle ilgili diğer değişkenler

- Lehte pozitif, aleyhte negatif etki yapar.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZDAKİ DEĞİŞMELER

1. Turizm Arz Miktarının Değişmesi:

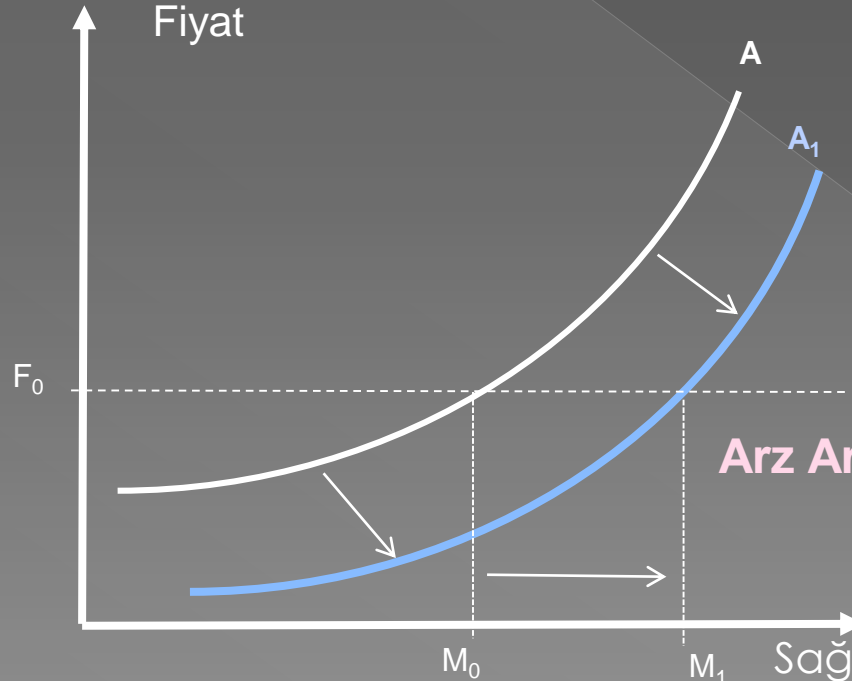
Diğer şeyler sabitken bir sağlık turizmi mal yada hizmetinin fiyatındaki değişme sonucu arz edilen miktarda oluşan değişme arz miktarının değişmesi diye adlandırılır.



SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZDAKİ DEĞİŞMELER

2. Turizm Arz Eğrisinin Değişmesi (Kayması):

Sağlık turizmi mal yada hizmetinin fiyatı sabit iken başka bir etkendeki değişme sonucu arz edilen miktarın değişmesine arzın (arz eğrisinin) değişmesi denilmektedir.



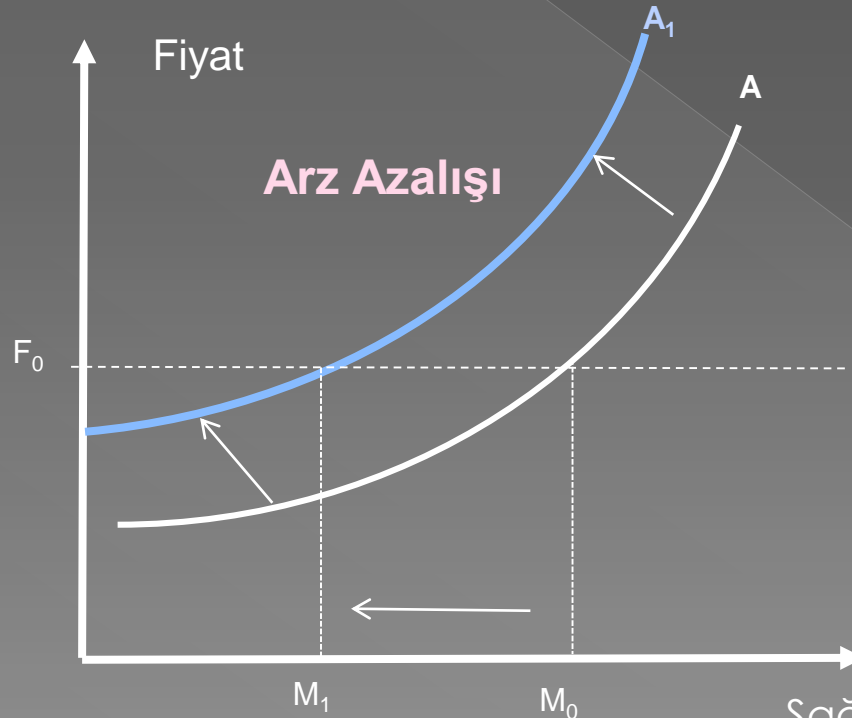
Sağlıkta Turistik mal ve hizmetlerin fiyatı dışında kalan diğer unsurların söz konusu mal ve hizmetlerin lehine değişmesi o mal ve hizmetlerin arzını artırıcı etki yapar.

Arz Artışı

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZDAKİ DEĞİŞMELER

2. Turizm Arz Eğrisinin Değişmesi (Kayması):

Sağlık turizminde turistik mal yada hizmetin fiyatı sabit iken başka bir etkendeki değişme sonucu arz edilen miktarın değişmesine arzın (arz eğrisinin) değişmesi denilmektedir.



Sağlıkta turistik mal ve hizmetlerin fiyatı dışında kalan diğer unsurların söz konusu mal ve hizmetlerin aleyhine değişmesi o mal ve hizmetlerin arzını azaltıcı etki yapar.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZ ESNEKLİĞİ

Sağlık turizminde arz yasasına göre, bir malın fiyatı arttığında arz edilen miktar artar, fiyat azaldığında ise arz edilen miktar azalır. Ancak turistik mal ve hizmet üreticilerinin fiyat değişimleri karşısında üretimlerini artırma ya da azaltma dereceleri değişik olduğu gibi, aynı mal yada hizmetin farklı fiyatlarında da değişiktir. Fiyat değişimleri karşısında arz edilen miktarın ne kadar değiştiği arz esnekliği (e_a) yardımıyla ölçülür.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZ ESNEKLİĞİ

Arz edilen miktardaki % değişiminin, fiyattaki % değişimine oranlanmasıyla bulunur.

$$e_{at} = \frac{\text{Arz edilen miktardaki \% değişme}}{\text{Fiyattaki \% Değişme}}$$

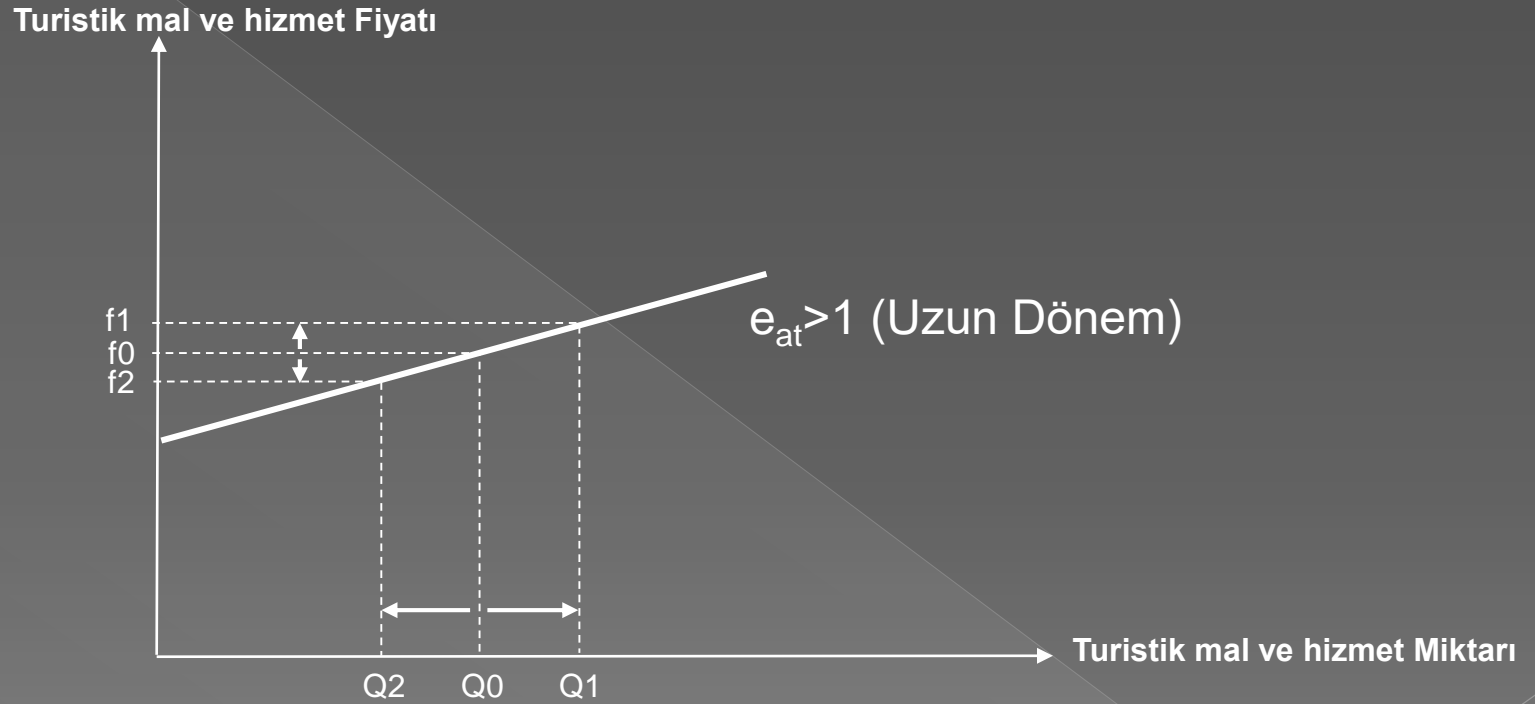
SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZ ESNEKLİĞİ

Arz esnekliği 0 ile sonsuz arasında bir değer alır.

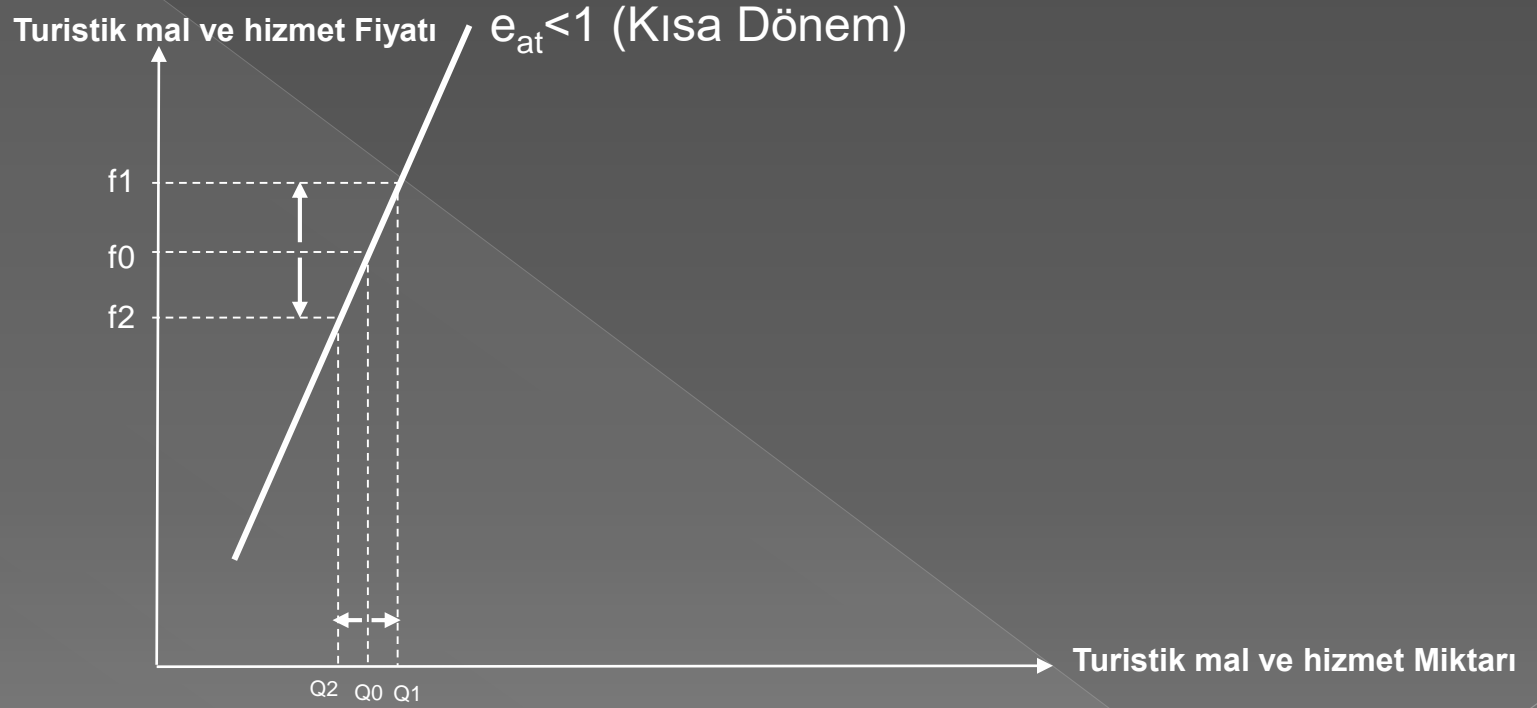
Arz edilen miktardaki % değişim fiyattaki % değişimden büyük olması halinde ($e_{at} > 1$) esnek (elastik) arz, küçük olması halinde ($e_{at} < 1$) esnek olmayan (inelastik) arz olarak adlandırılır.

Arz edilen miktarın fiyat değişikliklerine hiç duyarlı olmaması durumunda ($e_{at} = 0$) tam esnek olmayan arz, arz edilen miktarın fiyat değişikliklerine sonsuz duyarlı olması durumunda ($e_{at} = \infty$) sonsuz esnek arz olarak nitelendirilir.

SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZ ESNEKLİĞİ

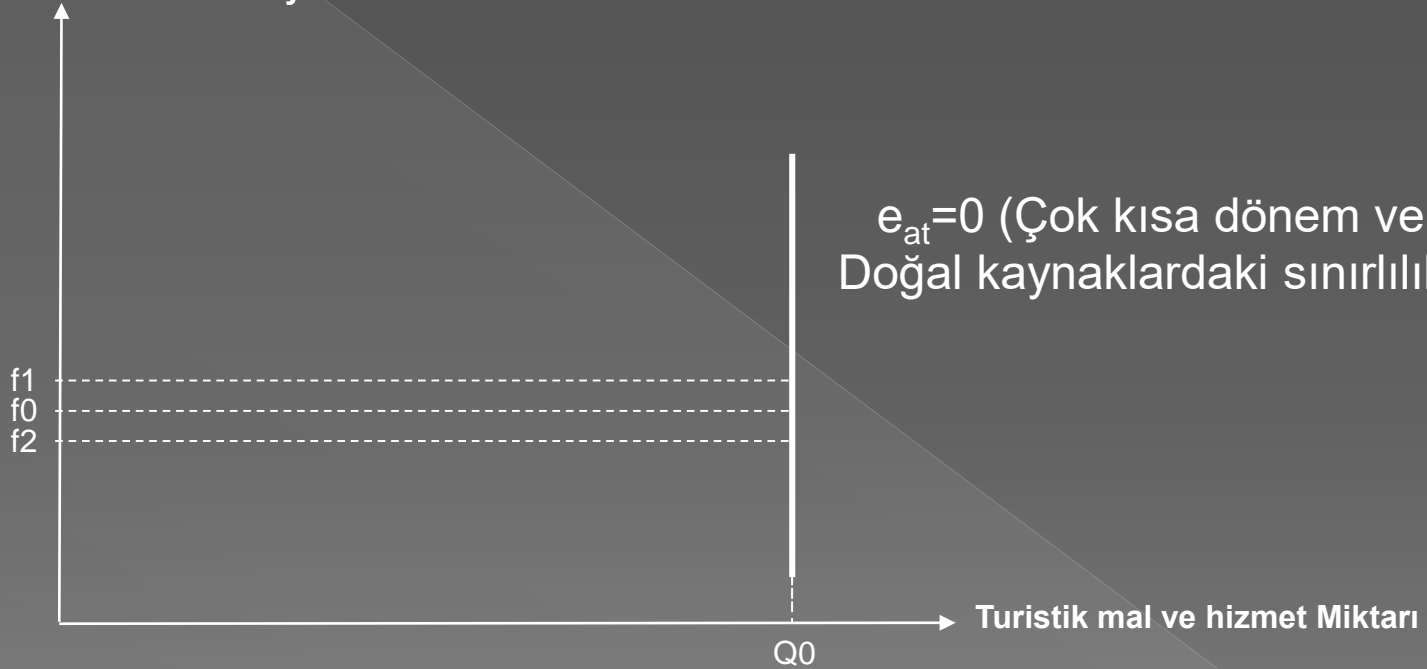


SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZ ESNEKLİĞİ



SAĞLIK TURİZMİ EKONOMİSİNDE ARZ ESNEKLİĞİ

Turistik mal ve hizmet Fiyatı



PİYASA

Piyasa: İktisat ilminde en çok kullanılan deyimlerden birisi de piyasadır. Bu kelimenin günlük konuşmalarımızda ifade ettiği anlam, “**alıcı ve satıcıların bir araya geldikleri yer**” olmaktadır.

Şüphesiz bu belirtilen yerler iktisat ilmine göre de birer piyasadır. Ancak İktisatta piyasadan söz edilebilmesi için mutlaka bir yer olması şart değildir. Kısaca, İktisatta **piyasa** “**alıcı ve satıcıları söz konusu malın alım satımı konusunda kolayca ilişkilendirebilen herhangi bir organizasyondur**”.

PİYASA

Bu arada piyasa ile ilgili en çok kullanılan deyimlerden **borsa** üzerinde de durmak gerekir. **Borsa**, alıcı ve satıcıların, alım satım işlemlerini yürüttüğü, işlemesi belirli esaslara bağlanan ve genelde bir örgüt tarafından yönetilen yerler olmaktadır. Bütün **sebze ve toptancı halleri, İMKB, pamuk, tütün borsaları** birer borsa örneğini oluşturmaktadır.

Piyasa Karar Birimleri

Hane Halkı: Genelde bir toplumda bir tüketim birimini ifade etmek için kullanılan “**Hane halkı**” deyimi ile, aynı çatı altında yaşayan, yaşantıları birbirleri ile yakından ilgili olan ve bir çok kararı birlikte alan aile topluluğu kastedilir. Tüketim birimi olarak bir kimse yerine, o kimsenin kararlarına ve tercihlerine önemli etkileri olan aile bireylerini de göz önünde tutup, “**Hane halkı**”nı birim olarak ele almak daha doğru olmaktadır.

İktisadi analizlerde ifade kolaylığı açısından **hane halkını** kastetmek amacıyla, sadece “**tüketici**” deyimi çok kullanılmaktadır.

Piyasa Karar Birimleri

Firma: Faktör piyasasından çeşitli girdileri temin edip bünyesinde üretim yapan ve elde ettiği ürünleri mal piyasasında satışa sunan en küçük üretim birimine **firma** diyoruz. Yani firma, belirli bir malı üreten en küçük üretim birimidir.

Bu, bir kişi olabileceği gibi, çok ortaklı bir şirket veya bir şirketler topluluğu da olabilir.

Bir malın piyasasında üretimde bulunan firmalar topluluğuna ise **endüstri** veya **sanayi** denilmektedir.

Devlet: Çeşitli devlet organları ve kamu kuruluşları, gerek ekonomik faaliyetlerin düzenli olmasını sağlamak ve gerekse doğrudan ekonomik faaliyetlerde bulunmak üzere piyasalarda yer alırlar. Bu nedenle piyasalarda karar birimi olarak devletten de söz etmek gerekir.

Devletin piyasalara müdahaleleri piyasa denetimi şeklinde son derece pasif olabileceği gibi, fiyat tespiti, korumacılık ve özendirici olarak aktif şekilde de olabilir.

Ancak bunların tümü, devletin piyasaya dolaylı müdahalesini göstermektedir. Ayrıca devlet çeşitli malların üretimini bizzat üstlenerek ekonomik faaliyetlerde de bulunabilmektedir. Bu tür müdahalelere de doğrudan müdahale demektediriz.

Piyasa Çeşitleri

1- Alım-Satım Konu Olan Mallara Göre Piyasalar

A- Faktör Piyasaları

Üretim faktörlerinin alım-satım işlerinin organize edildiği piyasalardır.

- Satıcılar: Hane halkı, hammadde ve ara malı üreten firmalar
- Alıcılar: Firmalar ve devlet

B- Mal Piyasaları

Girdiler dışında her türlü malın alınıp satıldığı piyasalardır.

- Satıcılar: Firmalar ve Devlet
- Alıcılar: Devlet ve Hane Halkı

C- Kredi Piyasaları

İnsanlar ve kurumlar günlük yaşantılarında çeşitli amaçlarla kredi talebinde bulunabilmektedirler. Kredi, belirli bir ödeme gücünün, belirli bir dönem için, belirli bir faiz karşılığında, birey ve kurumlara ödünç verilmesidir.

- Satıcılar: Finans kurumları ve devlet
- Alıcılar: Firmalar, Hane Halkı ve Devlet

2- Satıcı veya Alıcı Sayısına Göre Piyasa Çeşitleri

A- TAM REKABET PİYASASI

Alıcı ve satıcının, her birinin fiyatları tek başına etkileyemeyeceği kadar çok sayıda olduğu piyasalardır. Bu piyasalarda homojen bir mal söz konusudur. Konunun önemi nedeniyle bu piyasalara bir sonraki başlıkta ayrıca yer verilecektir.

B- AKSAK REKABET PİYASALARI

1-Tekel (Monopol) Piyasaları

Homojen bir malın piyasasında alıcıların çok sayıda, satıcının ise tek olması durumunda tekel veya monopolden söz edilir. Satıcı olarak girişin serbest olmadığı bu piyasalarda monopolcü firma oldukça egemendir. Bu firmalar, malın fiyat veya satış miktarını tek başına belirleyebilmektedirler. **BOTAŞ**

Piyasa Çeşitleri

2- Düopol Piyasaları

Yine homojen bir mal için söz konusudur. **Alicıların çok sayıda** olmasına karşılık, sadece **iki satıcı firma** bulunmaktadır. Bu piyasalarda yer alan her iki firma, birbirinin davranışlarını yakından takip etmek durumundadır.

3- Oligopol Piyasaları

Alicıların çok, buna karşılık **satıcıların** (ikiden fazla olmakla birlikte) **sınırlı sayıda olduğu** piyasa türüdür. Türkiye’de bankacılık sektöründe, gazetecilikte, deterjan piyasalarında bunun tipik örnekleri yaşanmaktadır.

Piyasa Çeşitleri

4- Monopollü Rekabet Piyasaları

Uygulamada en çok görülen bu piyasa türünde **alıcı çoktur** ve mal farklılaştırması söz konusudur. Buna karşılık **satıcılar sınırlı olmakla birlikte çok sayıdadır** ve her biri mallarını gerçekte veya görünüşte farklı kalitede lanse etmeye çalışırlar. Bu piyasa türünün diğer piyasalardan en önemli farkı homojen bir mal yerine heterojen bir malın varlığıdır. Manavlar, bakkallar, benzin istasyonları ve kuru temizleyiciler bunların en güzel örnekleridir.

5- Monopson Piyasaları

Yine homojen bir malın **satıcılarının çok** olmasına karşılık **tek alıcısının** bulunduğu piyasa türüdür. Türkiye'de anason, haşhaş (afyon) piyasaları bunun en tipik örnekleridir.

6- Düopson Piyasalar

Satıcılarının çok olmasına karşılık iki alıcının bulunduğu piyasa türüdür.

7- Oligopson Piyasalar

Satıcılarının çok olmasına karşılık alıcıların çok olmakla birlikte sınırlı olduğu piyasa türüdür. Çay, fındık, şeker pancarı alıcıları gibi.

Tam Rekabet Piyasaları

Aslında gerçek hayatta rastlanması oldukça zor olan özel bir piyasa tipidir. Çünkü varlığı bir çok şarta bağlı olan, bu nedenle ütöpik (hayali), fakat ütöpik olduğu kadar da ideal olan bir piyasa türüdür. Gerçek hayatta rastlanma olasılığı oldukça az olduğu halde, bu piyasa türüne önem verilmesi, ilk bakışta anlamsız gelebilir. Oysa bunun iki önemli nedeni bulunmaktadır.

1- **ideal bir piyasa türüdür.**

2- Tam rekabet piyasası (TRP) koşulları, gerçeklerle bağları koparacak nitelikte olmakla birlikte, iktisadi analizlerde oldukça basitlik sağlamaktadır. “**Tam Rekabet Şartları Altında**”

Tam Rekabet Piyasasının Şartları

1- Homojen mal: malın her birimi diğerleri ile aynı kabul edilmektedir.

2- Çok Sayıda Alıcı ve Satıcı: Alıcı ve satıcının, her biri piyasada fiyatları etkilemeyecek kadar çok sayıda olduğu varsayılır. (Atomisite)

3- Piyasaya Giriş-Çıkış Serbestliği: Gerek alıcıların gerekse satıcıların piyasaya giriş ve çıkışlarını engelleyen; bunu zorlaştıran veya yavaşlatan hususların olmadığı varsayılır.

4- Aleniyet (Açıklık): Bu piyasada her şeyin gerek alıcılar gerek satıcılar tarafından bilindiği kabul edilir. Yani malın kalitesi, fiyatı, nerede ne kadar satıldığı vb. bellidir. Piyasada bütün işlemler aleni olarak cereyan eder. Oysa gerçek hayatta bu husus belirli ölçüde ancak borsalarda sağlanabilmektedir.

SAĞLIK TURİZMİ PİYASASI

Turistik mal ve hizmet arz edenlerle talep edenlerin karşılaştığı yer olarak ifade edilebilir.

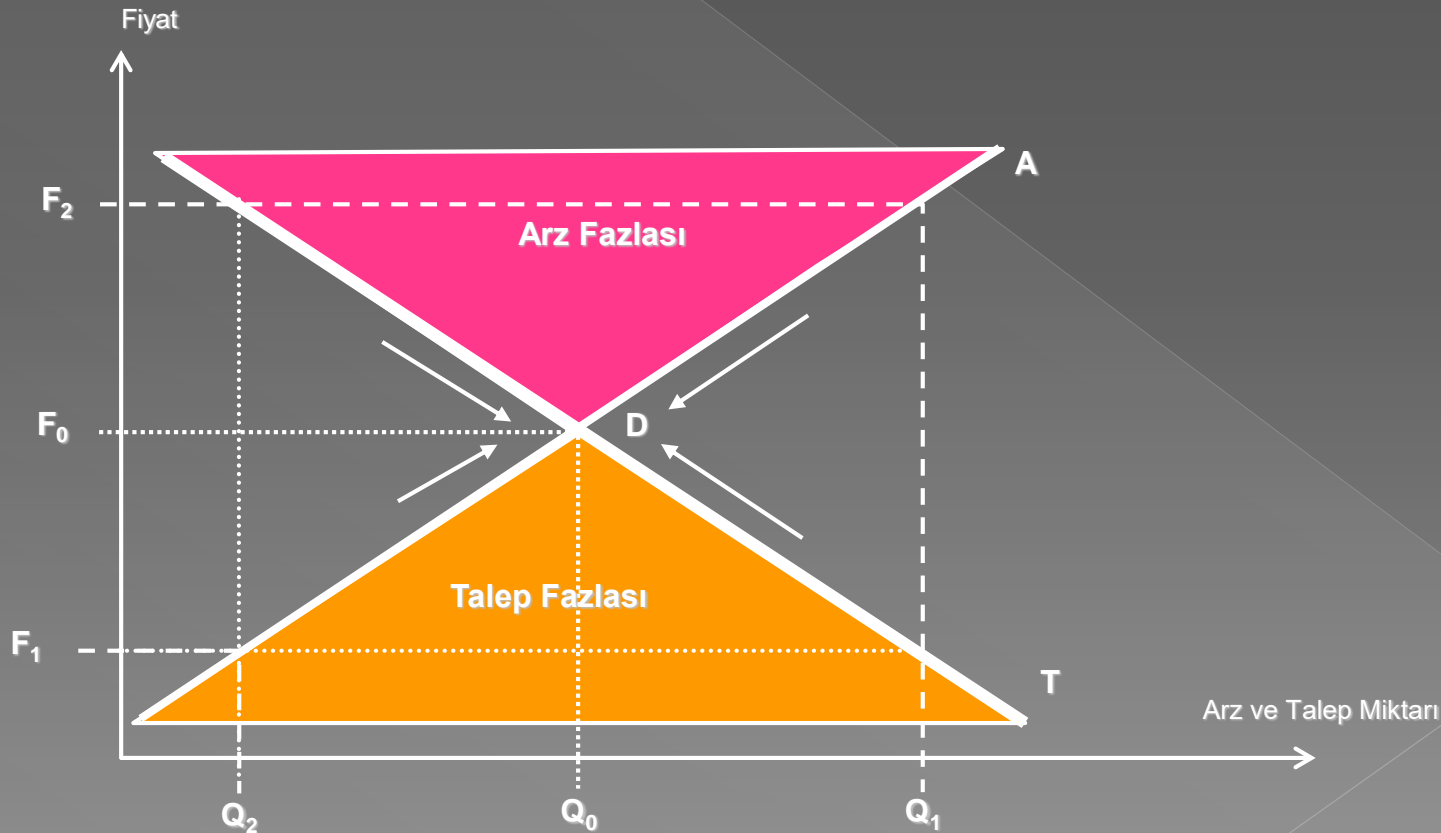


SAĞLIK TURİZMİ SEKTÖRÜNDE FİYAT OLUŞUMU

- **Fiyat**
- **Fiyat** turizm talebine etki eden en önemli ekonomik faktörlerden birisi olmakla birlikte turistlerin fiyat karşısında her zaman rasyonel davrandıkları söylenemez. Alışkanlıklar, psikolojik etkenler, taklitçilik, moda, reklam, vb. etkenler fiyatın etkinliğini azaltmaktadır.
- Fiyat değişimleri turizm talep miktarını etkilediği gibi, turizm talep miktarındaki değişmeler de fiyatı etkilemektedir.
- Turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarının oluşumunda turizm arz miktarı da etkili olmaktadır. *vice versa*. (tersi de geçerlidir).

SAĞLIK TURİZMİ SEKTÖRÜNDE DENGE FİYATIN OLUŞUMU

arz ve talebi ifade eden arz ve talep eğrilerinin kesiştiği D noktasında F_0 denge fiyatını Q_0 denge miktarını ifade etmektedir. Fiyatın denge fiyatından ayrılması durumunda alıcılar yada satıcılar arasındaki rekabet fiyatı tekrar denge fiyatına döndürmektedir. Arz ve talep eğrilerinin kesiştiği fiyat düzeyinde arz ve talep fazlası olmadığından piyasa dengesi sağlanmaktadır.

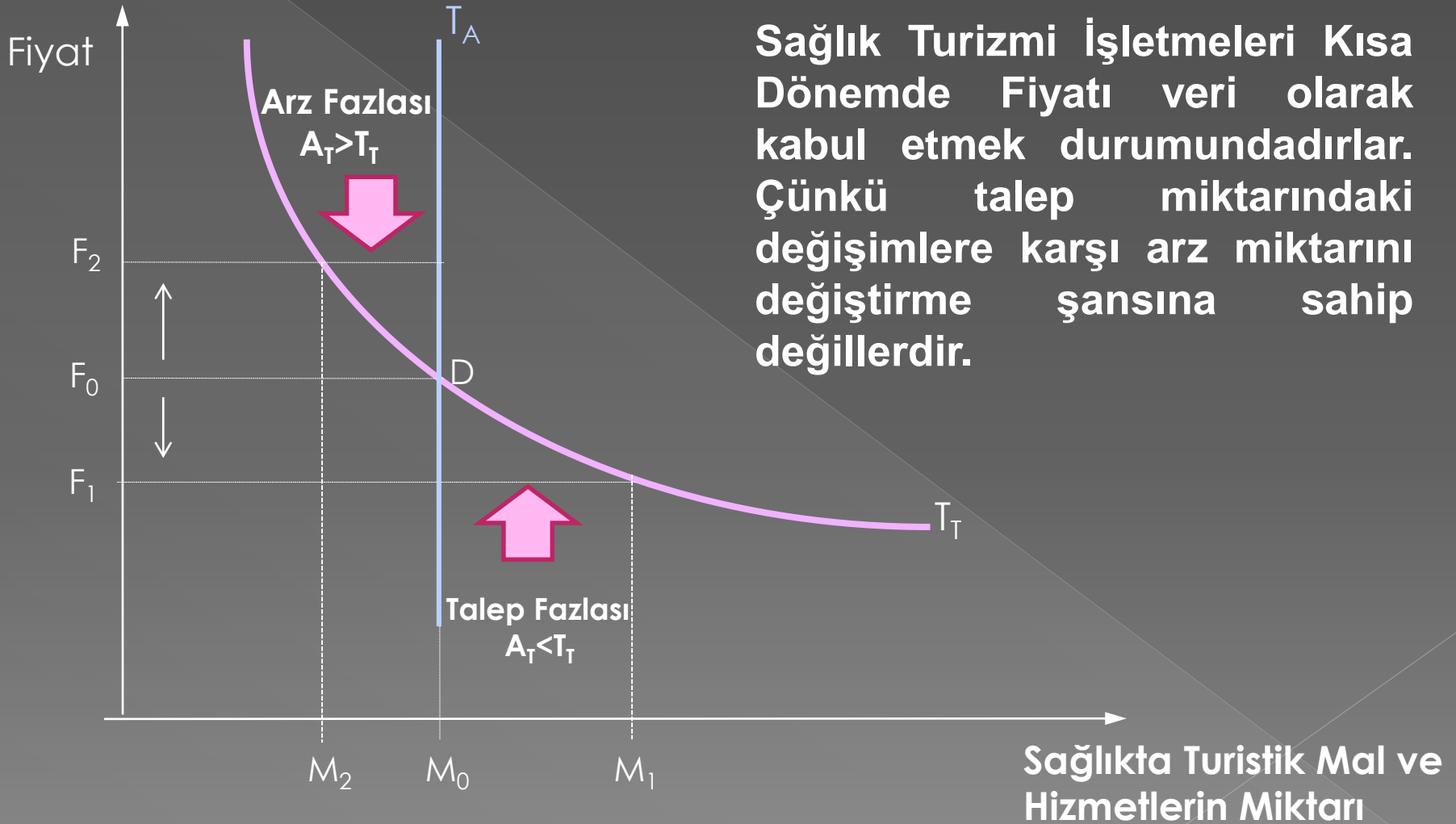


SAĞLIK TURİZMİ SEKTÖRÜNDE DENGE FİYATIN OLUŞUMU

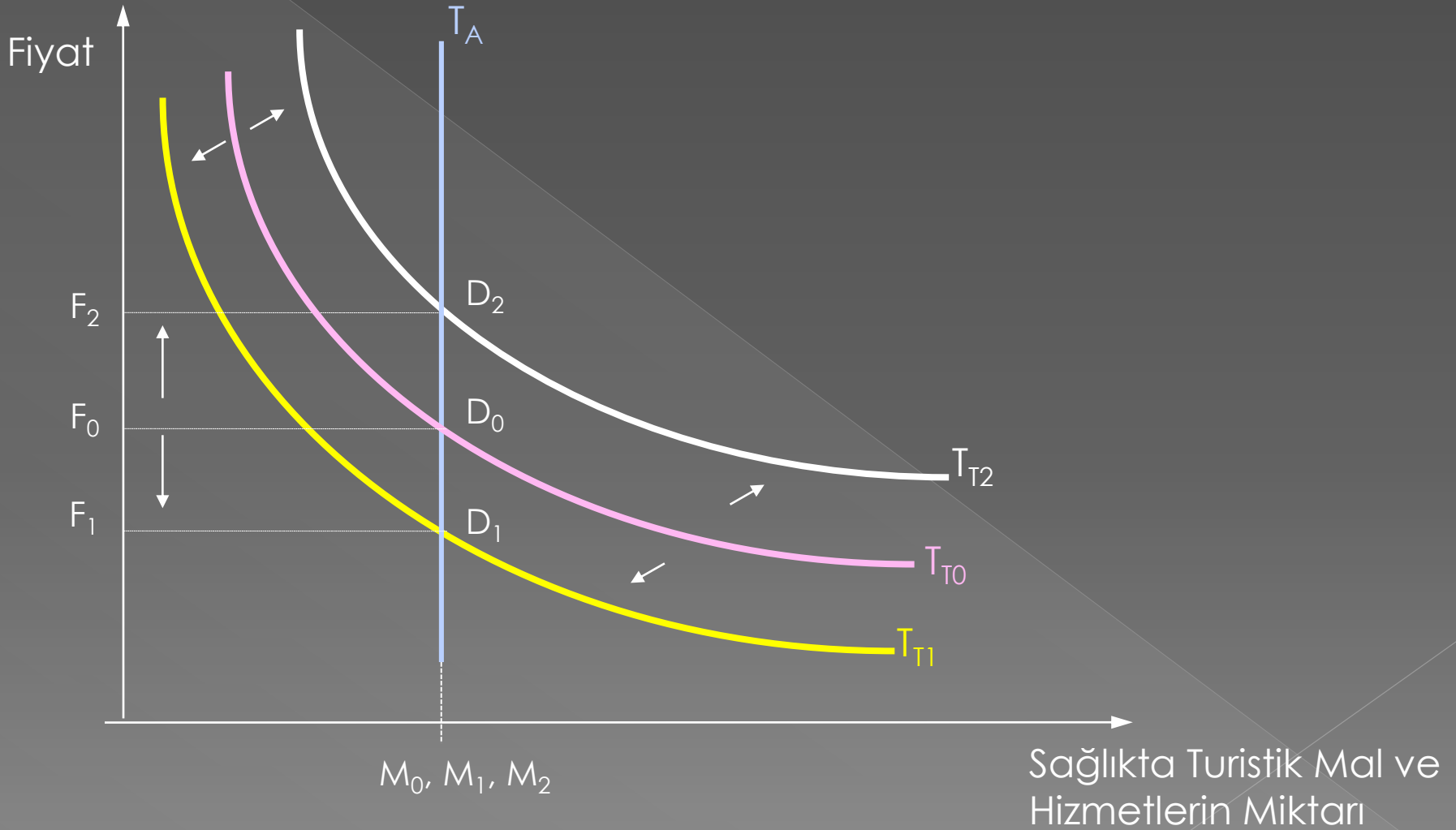
Sağlık Turizmi sektörü için geçerli olan

- Denge Fiyatın Oluşumu
- Kısa Dönemde Denge Fiyatın Oluşumu
- Uzun Dönemde Denge Fiyatın Oluşumu

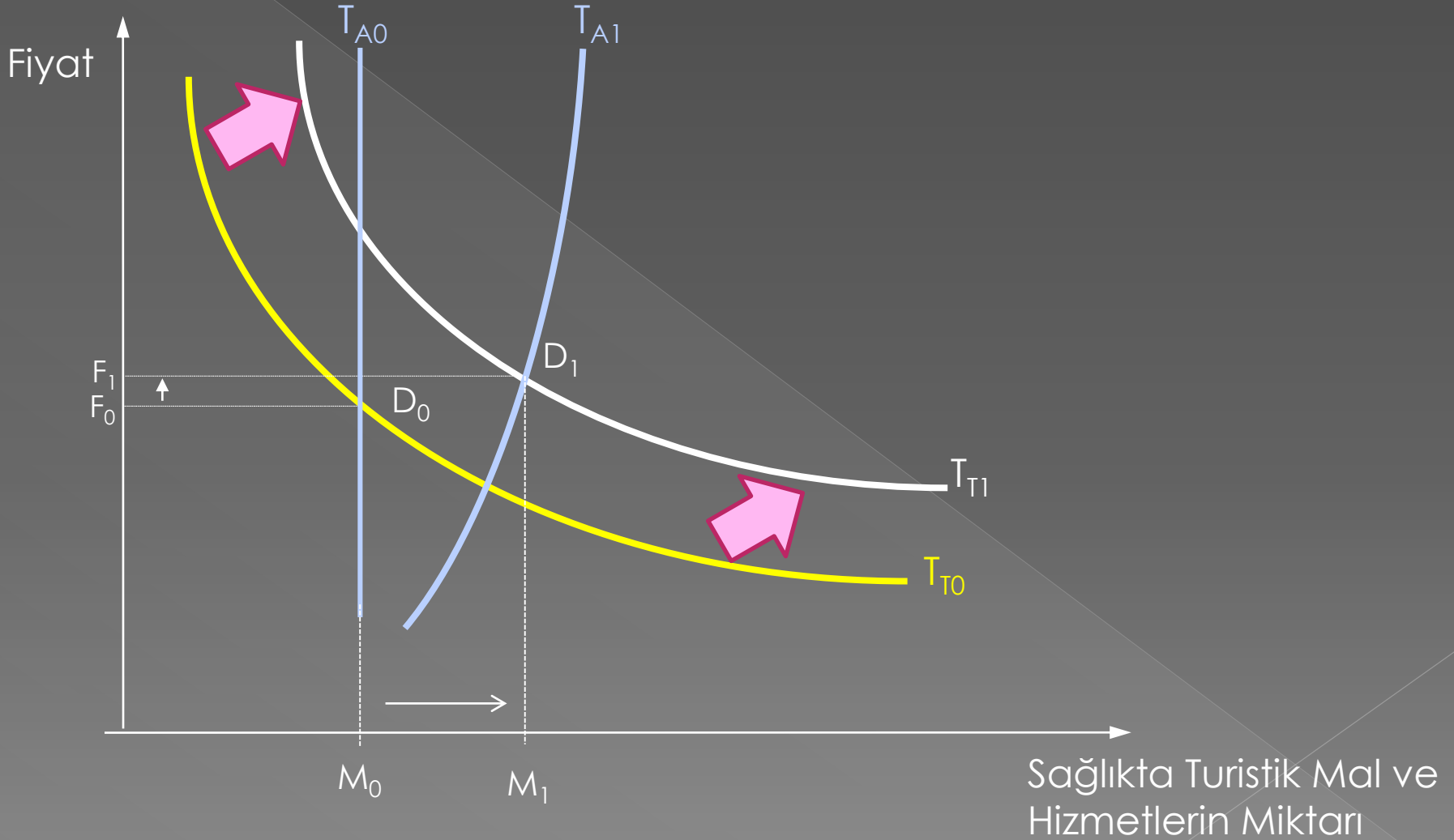
SAĞLIK TURİZMİ SEKTÖRÜNDE DENGE FİYATIN OLUŞUMU



SAĞLIK TURİZMİ SEKTÖRÜNDE KISA DÖNEM DENGE FİYATIN OLUŞUMU



SAĞLIK TURİZMİ SEKTÖRÜNDE UZUN DÖNEM DENGE FİYATININ OLUŞUMU



SAĞLIK TURİZMİNİN EKONOMİK ETKİLERİ

Turizm, boş zaman ve tasarrufun nasıl kullanılacağıyla ilgili ekonomik bir kararlar başlar ve ülke ekonomileri üzerinde

- ◉ Moneter (Parasal)

Ve

- ◉ Reel

karakterli etkiler oluşturur.

Gelişmekte olan ülkelerde turizm, ekonomik yararlılığı, verimli oluşu, kalkınma için gerek duyulan döviz girdisini sağlaması gibi

nedenlerle ekonomik sorunların çözülmesinde bir çıkış noktası olarak görülmektedir.

SAĞLIK TURİZMİNİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

1. Sağlık Turizminin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Dış ödemeler dengesi, bir ülkenin ekonomik durumunu en iyi ve en açık şekilde gösteren ölçüdür.

A. Cari işlemler dengesi

a. Dış ticaret dengesi

- İthalat
- İhracat

b. Hizmetler (Görünmeyen kalemler)

- Faiz gelir ve giderleri
- Dış turizm gelir ve giderleri
- Sermaye gelir ve giderleri (Kar transferleri)
- İşçi gelir ve giderleri
- Taşımacılık gelir ve giderleri
- Bankacılık ve sigortacılık gelir ve giderleri

B. Sermaye Hareketleri

a. Doğrudan yatırımlar

b. Portföy yatırımları

c. Diğer uzun vadeli sermaye yatırımları

d. Kısa vadeli sermaye yatırımları

C. Net Hata ve Noksan (yanlış bilgi ve kaçakçılık gibi nedenlerle)

D. Rezerv Hareketleri

Belli bir dönemde tüm yabancı ülkelerle olan ekonomik ilişkileri tablo şeklinde gösterir.

SAĞLIK TURİZMİNİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

- Uluslararası turizmin neden olduğu döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin de döviz arzını arttırıcı bir rol oynadığından, ülkelerin dış ödemeler dengesini etkiler.
- Döviz arz ve talebi bakımından mal ithal ve ihracı ile turistik faaliyetler arasında ortaya çıkan sonuçlar açısından fark yoktur.
- Ülkeye gelen turistlere bazı mal ve hizmetlerin satılması, mal ihracında olduğu gibi döviz arzı, buna karşılık ülke vatandaşlarının gittikleri ülkelerde mal ve hizmetleri satın almaları, sektörel üretim için gerekli mal ve hizmet ithali ise ürün ithalatında olduğu gibi döviz talebi yaratır.

SAĞLIK TURİZMİNİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

- Dış turizm bilançosundan yararlanılarak döviz arz ve talebinin arasındaki fark ele alınır.
- Bu etkinliğin olumlu olması ölçüsünde ödemeler bilançosu açıkları kapatılır.

SAĞLIK TURİZMİNİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Gelir Etkisi

- Turizm harcamalarının ekonomideki ilk etkileri direkt harcamalar olarak nitelendirilir.
- Birinci aşamada, turistlerin yaptığı harcamalar, ekonomide konaklama tesisleri, restoranlar, ulaştırma işletmeleri vb. kuruluşlar için direkt gelir etkisi yaratır.
- Direkt turizm gelirlerini elde eden birimlerin yaptıkları harcamalar endirekt gelirleri oluşturur.
- Turizm işletmelerinin istihdam ettikleri personele ödedikleri ücretler, stok teşkili için yaptıkları alımlar, ek bir talep yaratacağından bu ek talebin karşılanması için istihdamın arttırılması ya da ücretlerin yükselmesi ve üretimin arttırılması kişisel gelirlerde bir artış yaratır.

SAĞLIK TURİZMİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Gelir Etkisi

- Kişisel gelirlerin yükselmesine paralel olarak artan tüketim harcamaları ekonomide uyarılmış etkiler yaratarak bir canlanmaya neden olur.

SAĞLIK TURİZMİNİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Gelir Etkisi

- Turizm harcamalarının yanında turistik yatırım harcamaları da gelir etkisi oluşturur.
- Turistik üstyapı tesislerinin inşa edilmesi,
- daha çok işçi istihdamını ve
- inşaat malzemesi kullanımını gerektireceğinden, yatırım harcamalarındaki bir artış,
- ilk andan itibaren ekonomiye derece derece yayılarak bir gelir artışı meydana getirir.

SAĞLIK TURİZMİNİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Gelir Etkisi

- Turizmin gelir etkisinin bir başka yönü, katma değere olan etkisidir.
- Katma değer, satışa sunulan malın fiyatından, bu malı üretmek üzere daha önce başka kişiler veya kuruluşlar tarafından yapılmış ara tüketim harcamaları çıkarıldığında kalan farktır.
- Ülkede bütün ekonomik birimlerin mal ve hizmet üretiminde yarattıkları katma değer toplamı milli hasılayı verir.
- Turistik mal ve hizmet üretiminin ulusal gelir üzerinde yarattığı katma değer etkisi diğer sektörel üretimlerden daha yüksek olduğundan önem kazanmaktadır.

SAĞLIK TURİZMİNİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

3. Turizmin İç Fiyatlara Etkisi

- Gelişen bir ekonomide uluslararası turizmin ve iç turizmin canlanması, hem ithal mallar talebinde hem de bölgesel ürün ve üretim faktörleri talebinde bir artış oluşturur.
- Bu talep artışı, üretim faktörlerinin maliyetlerinin (Örn: Arazi fiyatları, bina kiralari vb.) artmasına neden olduğu gibi
- artan talebi karşılamak amacıyla alınan yatırım kararları ile yatırımın gerçekleşmesi arasında geçecek sürede fiyat artışlarına neden olur.

SAĞLIK TURİZMİNİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

3. Turizmin İç Fiyatlara Etkisi

- Turizm talebi ile turistik mal ve hizmet fiyatları arasında ters yönlü bir ilişki vardır.
- Turistik tüketim, fiyat değişmelerine karşı aşırı derecede duyarlıdır.
- İki ülkenin ya da iki bölgenin fiyatlar genel seviyesi arasındaki fark, turistik akımların yönünü belirleyen ve düzenleyen bir faktördür. Turistik mal ve hizmetlerin çeşitli olması, kişisel tercihlerin yarattığı farklı ürün demetleri ve farklı fiyatlar, fiyatların düşük olduğu ülkeye turistik akımların çekimi bakımından yarar sağlar.

SAĞLIK TURİZMİNİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

4. Turizmin Devlet Gelirlerine Etkisi

- ◉ Turizmin devlet gelirlerine etkisi,
 - > gelirleri arttırıcı etkisi,
 - Vergiler: Devlet, turizm sektörü işletmelerinden ya da bunların gelirlerinden, turizm faaliyetlerinden elde edilen diğer gelirlerden, bu sektörde kullanılan üretim faktörlerinden kurumlar vergisi, sosyal sigorta primleri, işletme vergisi gibi bazı direkt vergiler alır.
 - Vize ücretleri, lisanslar, liman vergisi, gümrük vergisi, iç tüketim harcamaları, haberleşme ve ulaştırmadan sağlanan gelirler, su ve temizlik harçları, satış ve pul gelirleri vb. turizmden sağlanan devlet gelirleri içinde sayılabilir.

SAĞLIK TURİZMİNİN MONETER (PARASAL) EKONOMİK ETKİLERİ

4. Turizmin Devlet Gelirlerine Etkisi

- > harcamaları arttırıcı etkisi
 - Devletin, turizm için gerekli altyapıyı hazırlamak, turizmi teşvik etmek için yaptığı harcamalar, turizmin devlet harcamalarını arttırıcı etkisini oluşturur.

- > net gelir etkisi
 - Devletin, turizm harcamaları, yatırım indirimi, vergi muafiyetleri, vergi iadeleri, kredi ve sübvansiyonlar, altyapı harcamaları, idari harcamalar vb. şeklinde ortaya çıkar.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

1. Turizmin İstihdam Etkisi

- İstihdam, geniş anlamda bütün üretim faktörlerinin, dar anlamda yalnızca emek faktörünün üretime katılmasıdır.
- Turizm, gelişimine ve talebin yoğunluğuna bağlı olarak ekonomide istihdam etkisi yaratır. Bu etki
 - > Direkt (doğrudan),
 - > endirekt (dolaylı) ve
 - > ek istihdam (uyarılmış istihdam) olmak üzere üç şekilde gerçekleşir.
 - Direkt istihdam, turizm sektöründe doğrudan yaratılan istihdamdır. Sektörün emek-yoğun üretim tarzı ile çalışması, makineleşme ve otomasyona gitmenin sınırlı oluşu direkt istihdam etkisini arttırır.
 - Endirekt istihdam, turizm sektörüne mal ve hizmet veren yan sektörlerde yaratılan istihdamdır.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

1. Turizmin İstihdam Etkisi

- Ek istihdam (uyarılmış istihdam) ise direkt ve endirekt istihdamla sağlanan gelir harcandıkça turizm çarpanının etkisiyle ekonomide yaratılan istihdamı kapsar. Turistik talebin yoğunlaştığı dönemlerde işgücü talebi de artarak istihdam yoğunluğunu etkiler.
- > Turizmin yarattığı istihdam,
 - mevsimlik oluşu,
 - yarı kalifiye ve niteliksiz işgücüne yer vermesi,
 - kadın personel sayısının fazla oluşu,
 - çalışma koşullarının aile oluşumunu etkilemesi gibi özellikler taşır.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Sektörler Üzerindeki Etkisi

2.1. Tarım sektörüne etkisi

- Turizmin gelişmesine paralel olarak, gelir etkisinin artması, tarım sektöründe
 - > üretim kalitesinin artmasına,
 - standardizasyonun sağlanmasına ve
 - > kaliteli ürünün değerini bulmasınaneden olur.
- Tarımsal ürünlerin satın alınmasına yönelik olarak
 - > direkt,
 - > turistik tüketim harcamaları yanında turizmden gelir elde edenlerin harcamaları da
 - > endirekt gelir etkisi yaratır.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Sektörler Üzerindeki Etkisi

2.1. Tarım sektörüne etkisi

- Bunların dışında çiftçilerin yaz aylarında arazilerini
 - > kamping,
 - > karavan turizmine açması,
 - > tarım sektöründe görülen mevsimlik işsizliği turizmin gidermesi gibi etkiler,

turizmin tarım sektörüne etkileri olarak sayılabilir.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Sektörler Üzerindeki Etkisi

2.2. Sanayi sektörüne etkisi

◉ Üç grupta incelenebilir:

- > Tüketim malı üreten sanayiler üzerinde turizmin etkisinin fazla olduğu görülür.
- > Turistik ihtiyaçların yönlendirdiği talebe uyum sağlanması amacıyla
 - gıda, içki, tütün mamulleri, dokuma, giyim

gibi sanayi kollarında üretilen malların turistik standartlara uygun olmasına çalışılır.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Sektörler Üzerindeki Etkisi

2.2. Sanayi sektörüne etkisi

- Üç grupta incelenebilir:
 - > Ara malı üreten sanayilerde ise, özellikle deri ve deri mamulleri, cam, seramik, sıhî tesisat, demir ve çelik sanayilerinde turizmden kaynaklanan ek talep nedeniyle bir etki söz konusu olur.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Sektörler Üzerindeki Etkisi

2.2. Sanayi sektörüne etkisi

● Üç grupta incelenebilir:

- > Yatırım malı üreten sanayiler üzerinde turizmin etkisi oldukça azdır. Yalnızca ulaştırma araçları üreten sanayilerde turizmin gerektirdiği bazı değişiklikler yapılır.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Sektörler Üzerindeki Etkisi

2.3. Hizmet sektörüne etkisi

- > Turizmin gelişmesi, bir yörede turistik hareket ve yatırımların artması, hizmet sektörünün önem kazanmasına ve gelişmesine neden olur.
- > Turizmin etkilediği üçüncü üretim sektörleri, cari tüketimle ilgili
 - ekmek,
 - et,
 - manav,
 - bakkaliye gibi sektörler;

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Sektörler Üzerindeki Etkisi

2.3. Hizmet sektörüne etkisi

- > donatım sanatlarıyla ilgili
 - elektrik,
 - boya,
 - İnşaat işçiliği gibi sektörler;
- > konforla ilgili
 - moda,
 - spor malzemeleri,
 - parfümeri,
 - çiçekçilik gibi sektörler;

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

2. Turizmin Sektörler Üzerindeki Etkisi

2.3. Hizmet sektörüne etkisi

- > yardım ve güvenlik hizmetleriyle ilgili
 - banka,
 - sigorta,
 - sağlık tesisleri gibi sektörler
- > ve lüks hizmetlerle ilgili
 - kuyumcu,
 - gece kulübü,
 - sauna gibi sektörlerdir.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

3. Turizmin Altyapıya Etkisi

3.1. Fiziksel Altyapıya Etkisi

- Fiziksel altyapı, bir yerleşim merkezinde devamlı oturanların yararlandıkları su, enerji, yöre içi ulaşım ağı, kanalizasyon sistemi, temizlik ile ilgili tesis ve araçlar, otoparklar, spor tesisleri, toplantı ve kongre tesisleri, haberleşme sistemleri gibi altyapı tesis ve hizmetleri, ulaştırma sisteminin gereği olan altyapı ve turizm endüstrisinin kurulması ile ilgili temel ihtiyaçları karşılayan altyapıdan oluşur.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

3. Turizmin Altyapıya Etkisi

3.1. Fiziksel Altyapıya Etkisi

- Fiziksel altyapıya yeterli ölçüde sahip olmayan bir yerin turistik destinasyon haline gelmesi güçtür. Turizm arzı, bir ön koşul olarak fiziksel altyapı olanaklarına bağlıdır. Bu altyapı olanaklarının bir yönünü
 - > ulaştırma,
 - diğer yönünü
 - > turizm yöresindeki altyapı oluşturur.

Turistik gelişme, altyapı gelişimini hızlandırıcı bir etki gösterir.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

3. Turizmin Altyapıya Etkisi

3.2. Kurumsal Altyapıya Etkisi

- ◉ Kamu idarelerinin turizm nedeniyle yaptıkları bütün faaliyetler,
 - > ürettikleri mal ve hizmetler,
 - > üretime katkıda bulunan araç ve tesisler,
- turizmin kurumsal altyapısını oluşturur.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

3. Turizmin Altyapıya Etkisi

3.2. Kurumsal Altyapıya Etkisi

- > Turizmle doğrudan ve dolaylı ilgili kurumların,
- > turizm danışma bürolarının,
- > turizm polisinin,
- > tanıtma kurumlarının,
- > çevreyi koruma ve güzelleştirme amacıyla çalışan kurumların,
- > turizm personeli yetiştiren eğitim kurumlarının hizmetleri kurumsal altyapının içindedir.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

3. Turizmin Altyapıya Etkisi

3.2. Kurumsal Altyapıya Etkisi

> **Doğrudan ilgili kurumlar,**

- merkezî idare içinde bakanlık,
- genel müdürlük,
- sekreterlik gibi kurumlar,
- mahalli idare içinde belediye ve derneklerden oluşur.

> **Dolaylı ilgili kurumlar ise,**

- sınırlarda gümrükle ilgili faaliyetleri düzenleyen,
- emniyet ve can güvenliği sağlayan,
- pasaport ve vize işlemlerini yürüten kurumlardır.

SAĞLIK TURİZMİNİN REEL EKONOMİK ETKİLERİ

3. Turizmin Altyapıya Etkisi

3.2. Kurumsal Altyapıya Etkisi

- Bu kurumların hizmet üretim kapasiteleri, turizm talebine göre ayarlanır. Hizmetlerin geniş ölçüde turistlere yönelmesi, aralarında koordinasyonun sağlanması ile gerçekleşir. (DMO, DMS vs.)

SON