

TS. Trương Thu Hà
Khoa Kinh Tế Phát Triển
Đại học Kinh tế - ĐHQGHN
Email: truongha@vnu.edu.vn

Môn học

Kinh tế công cộng

Chương II

2.3. Độc quyền

◉ 2.3.1. Nhận diện và nguyên nhân độc quyền

Độc quyền là trường hợp thị trường chỉ có duy nhất một người bán.

- ◉ **Độc quyền thường:** là trạng thái thị trường chỉ có duy nhất một người bán và sản xuất ra sản phẩm không có loại hàng hoá nào thay thế gần gũi.
- ◉ **Độc quyền tự nhiên:** hãng sản xuất đạt được hiệu quả nhờ quy mô dẫn đến cách tổ chức sản xuất hiệu quả nhất chỉ là thông qua một hãng duy nhất.

2.3. Độc quyền

2.3.1. Nhận diện và nguyên nhân độc quyền

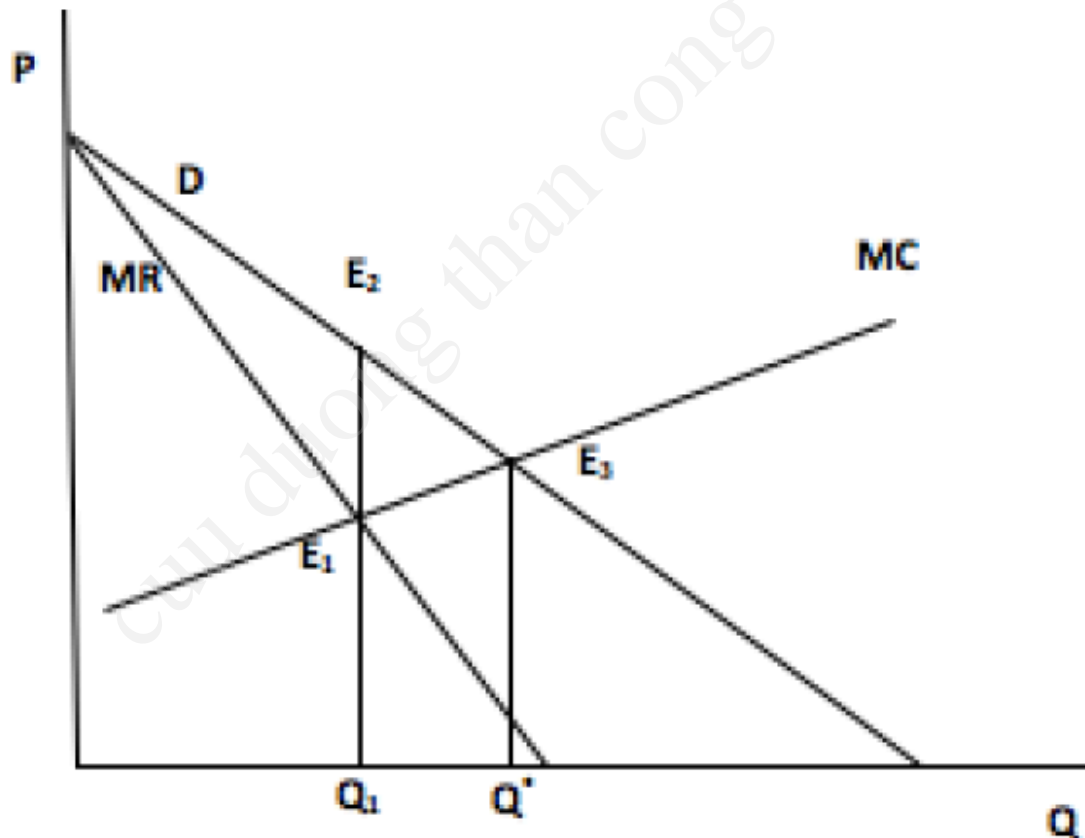
Nguyên nhân:

- Kết quả của quá trình cạnh tranh: doanh nghiệp hiệu quả hơn thôn tính, chiếm lĩnh thị trường
- Do chính phủ nhượng quyền khai thác thị trường: điện, bưu chính, xăng dầu, hàng không...
- Do chế độ bản quyền đối với phát minh, sáng chế và sở hữu trí tuệ: dược phẩm...
- Do sở hữu một nguồn lực đặc biệt: nguồn tài nguyên thiên nhiên như dầu mỏ, kim cương, vàng...
- Do khả năng giảm giá thành khi mở rộng sản xuất (độc quyền tự nhiên)

2.3. Độc quyền

2.3.2. Tổn thất phúc lợi do độc quyền

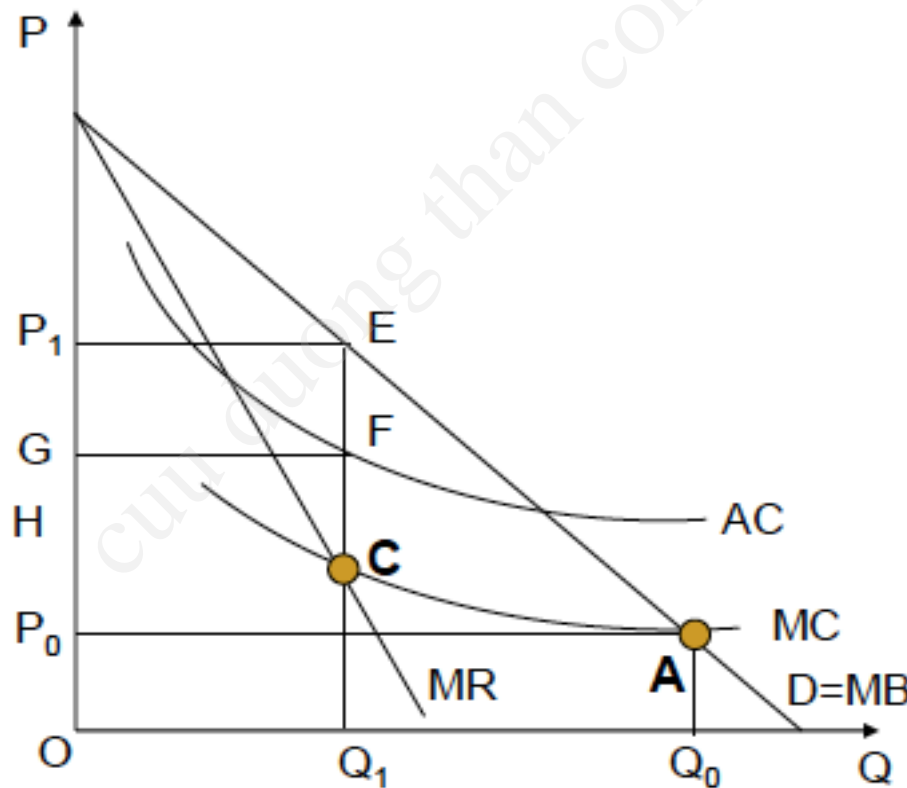
- Tổn thất phúc lợi do độc quyền thường



2.3.2. Tồn thất phúc lợi do độc quyền

2.3.2. Tồn thất phúc lợi do độc quyền

- Tồn thất phúc lợi do độc quyền tự nhiên



2.3. Độc quyền

2.3.3. Các giải pháp can thiệp của CP

Độc quyền thường

- **Mục tiêu can thiệp**

- Tăng sản lượng
- Giảm giá bán
- Xoá bỏ tổn thất phúc lợi xã hội

- **Giải pháp**

- Ban hành luật phát và chính sách chống độc quyền (Luật cạnh tranh số 27/2004/QH11)
- Sở hữu nhà nước
- Kiểm soát giá cả
- Đánh thuế

2.3. Độc quyền

2.3.3. Các giải pháp can thiệp của CP

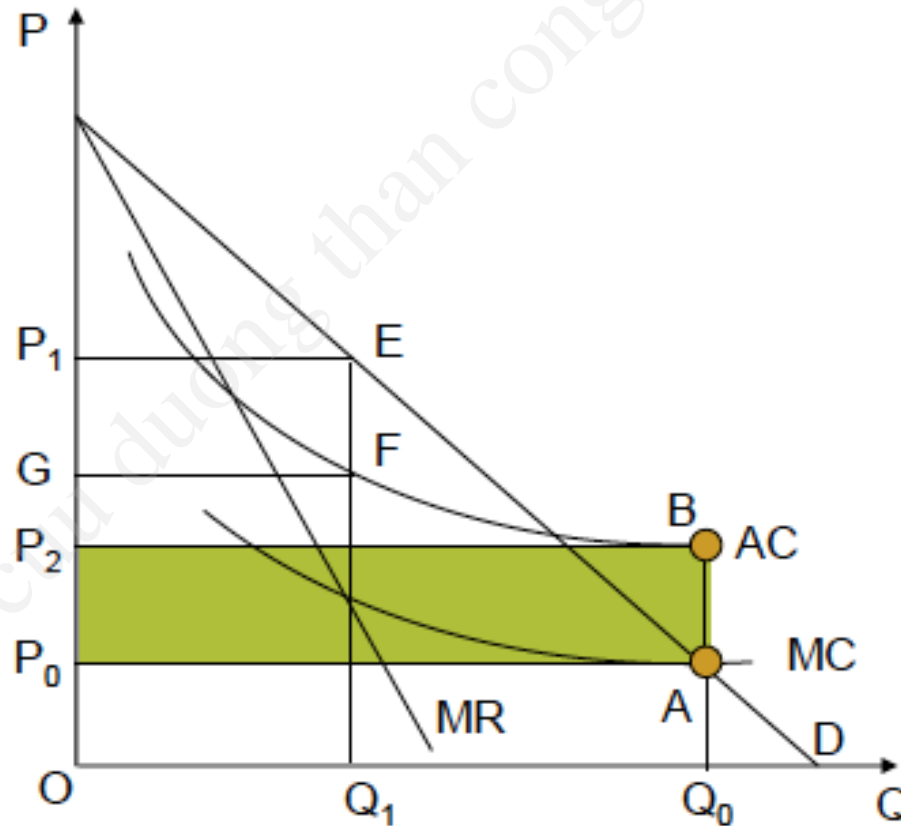
Độc quyền tự nhiên

- Mục tiêu can thiệp
 - Tăng sản lượng
 - Giảm giá bán
 - Xoá bỏ tổn thất phúc lợi xã hội
- **Giải pháp**
 - Định giá $P=AC$
 - Đặt giá trần $P=MC$

2.3. Độc quyền

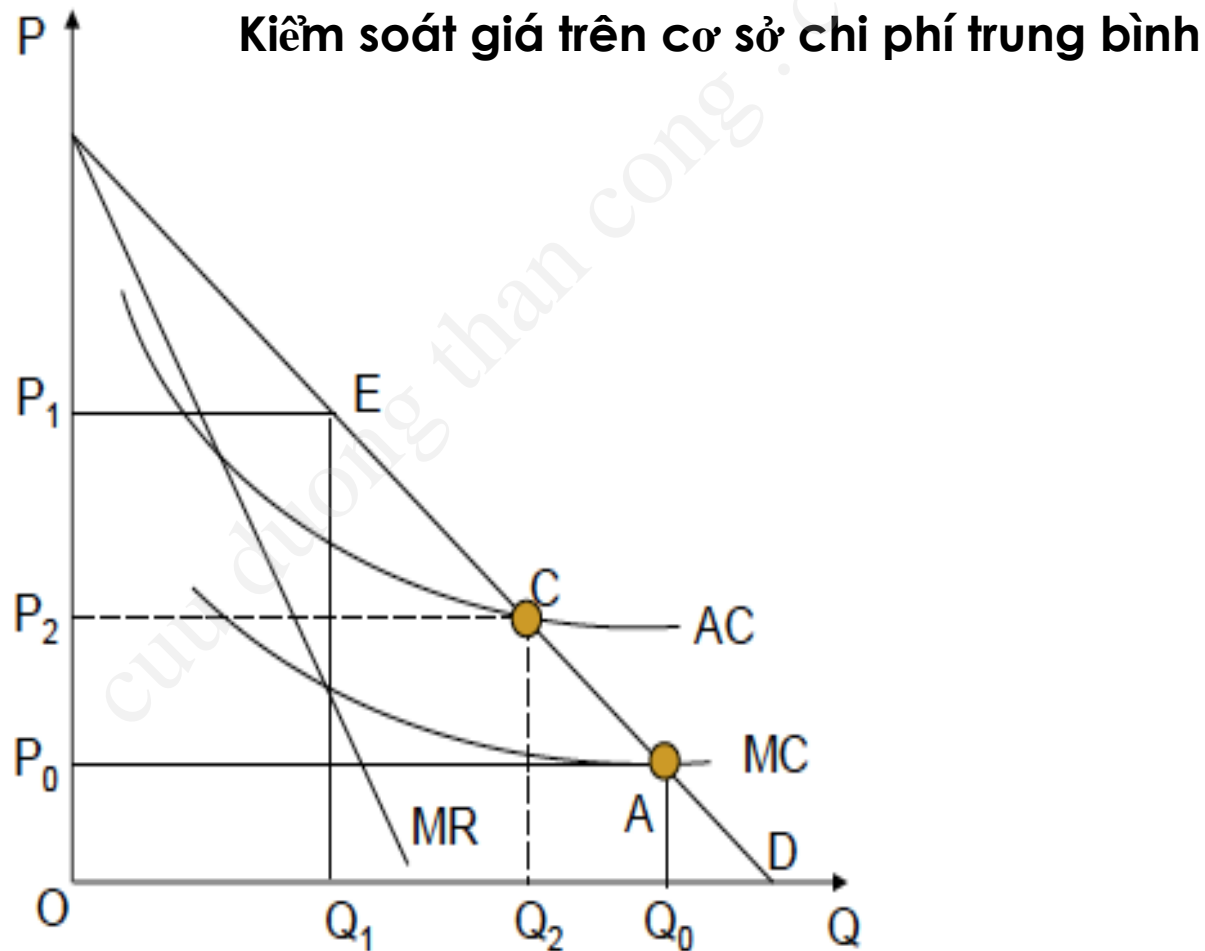
2.3.3. Các giải pháp can thiệp của CP

Kiểm soát giá trên cơ sở chi phí biên



2.3. Độc quyền

2.3.3. Các giải pháp can thiệp của CP



Các câu sau đây đúng hay sai? Giải thích ngắn gọn.

- a. Độc quyền gây tổn thất phúc lợi xã hội nên Chính phủ cần phải can thiệp.
- b. Việc định giá bằng chi phí trung bình trong trường hợp độc quyền sẽ loại bỏ được hoàn toàn lợi nhuận siêu ngạch của hãng độc quyền.
- c. Doanh nghiệp độc quyền có khả năng bán sản phẩm với bất kỳ giá nào họ mong muốn.
- d. Sản lượng ở thị trường độc quyền thấp hơn sản lượng ở thị trường cạnh tranh tự do.

Bài tập 1

Một nhà độc quyền có đường cầu là $Q = 30 - 2.5P$ và chi phí biên là $MC = 1.2Q + 4$. Trong đó Q tính bằng triệu sp, P tính bằng \$/sp.

- Xác định mức slg và mức giá, doanh thu doanh nghiệp trong TH cạnh tranh hoàn hảo
- Tổn thất PLXH là bao nhiêu khi độc quyền xảy ra.
- Theo anh (chị), CP cần làm gì để hạn chế độc quyền?

Bài tập 2:

Một doanh nghiệp độc quyền có hàm tổng chi phí $TC = 0.5Q^2 + 2Q + 47,5$; hàm cầu là $P = 52 - 2Q$ (trong đó P tính bằng \$/ sản phẩm; Q tính bằng 1000 sản phẩm).

- a/ Xác định mức sản lượng và mức giá; doanh thu của doanh nghiệp trong trường hợp cạnh tranh hoàn hảo.
- b/ Tổn thất phúc lợi xã hội là bao nhiêu khi độc quyền xảy ra?
- c/ Theo anh chị chính phủ cần làm gì để hạn chế độc quyền.

Bài tập 3:

- Nhà độc quyền có đường cầu là $P = 15 - 5Q$ trong đó P là giá sản phẩm (USD/sp), Q là 1000 sản phẩm.
- Hãng có Doanh thu biên: $MR = 15 - 10Q$. Chi phí biên: $MC = 5Q + 3$
 - a) Doanh nghiệp sẽ sản xuất ở mức sản lượng nào và bán ở mức giá bao nhiêu?
 - b) Sản lượng mà XH mong muốn là bao nhiêu?
 - c) Hiện tượng trên có gây ra tổn thất PLXH không? Nếu có thì TT này là bao nhiêu?
 - d) Chính phủ sẽ làm gì để hạn chế hiện tượng này?

2.4. Thông tin bất đối xứng

● 2.4.1. Nhận diện thông tin bất đối xứng

Thông tin hoàn hảo: những NSX & NTD có thông tin thị trường đầy đủ (giá cả, chất lượng hàng hóa, điều kiện giao dịch...).
Thông tin hoàn hảo là 1 *điều kiện* để TTCTHH tồn tại.

Thiếu thông tin: NSX,NTD không ra được quyết định hiệu quả
=> Thị trường hoạt động *không hiệu quả*.

Thông tin là một dạng HHCC => thiếu thông tin có thể phân tích như một dạng thất bại của HHCC

2.4. Thông tin bất đối xứng

● 2.4.1. Nhận diện thông tin bất đối xứng

Thông tin bất đối xứng: là tình trạng xuất hiện trên thị trường khi một bên nào đó tham gia giao dịch thị trường có được thông tin đầy đủ hơn bên kia về các đặc tính của sản phẩm

VD: Thị trường rau sạch

Thị trường bảo hiểm

2.4. Thông tin bất đối xứng

● 2.4.1. Nhận diện thông tin bất đối xứng

Yếu tố ảnh hưởng tới mức độ nghiêm trọng của TTBDX:

- Chi phí thẩm định hàng hoá
- Mức độ đồng nhất giữa giá cả và chất lượng hàng hoá
- Mức độ thường xuyên mua sắm hàng hoá của người tiêu dùng
- *Kết luận: nếu chi phí thẩm định nhỏ so với giá mua dự kiến và các cặp giá và chất lượng đồng nhất hoặc mức độ thường xuyên mua sắm lớn so với sự biến thiên về chất lượng thì TTBDX sẽ không gây hậu quả nghiêm trọng và ngược lại*

2.4. Thông tin bất đối xứng

2.4.2. Thông tin bất đối xứng và hệ quả

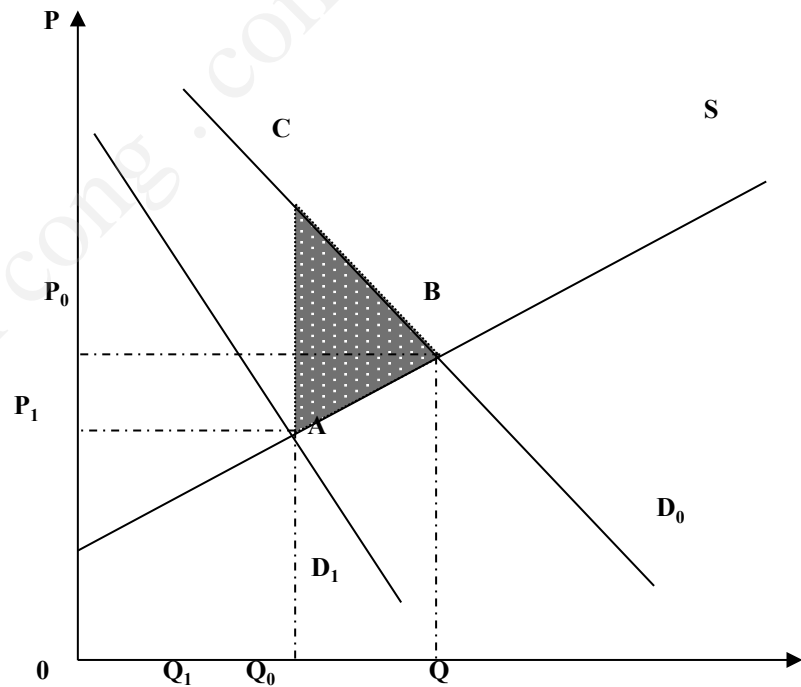
TTBĐX: lựa chọn ngược & rủi ro đạo đức

- Lựa chọn ngược nảy sinh trong thị trường hàng hoá khi một chủ thể kinh tế (thường là người bán) sở hữu nhiều thông tin về hàng hoá hơn chủ thể kinh tế còn lại (thường là người mua).
- Rủi ro đạo đức nảy sinh trong trường hợp một chủ thể kinh tế có xu hướng không trung thực trong ứng xử hay có những hành vi mạo hiểm vì hậu quả hành vi của họ do một chủ thể khác gánh chịu.

2.4. Thông tin bất đối xứng

Ví dụ: TT ko đối xứng về phía người mua

Dt ABC là tổn thất PLXH do việc tiêu dùng dưới mức hiệu quả (do người mua nhận được thông tin ko đối xứng bằng người bán)



Thông tin không đối xứng về phía người mua làm thị trường cung cấp dưới mức hiệu quả

2.4. Thông tin bất đối xứng

○ 2.4.3. Giải pháp can thiệp

Nguyên tắc là giải quyết vấn đề tận nguồn, làm giảm đi sự bất cân xứng về thông tin cho các bên tham gia giao dịch

Những giải pháp của tư nhân:

- ✓ Xây dựng thương hiệu và quảng cáo
- ✓ Cung cấp thông tin
- ✓ Bảo hành sản phẩm
- ✓ Chứng nhận của các tổ chức độc lập, các hiệp hội nghề nghiệp

Ví dụ về giải pháp tư nhân

Thị trường đồ cũ:

- Người mua thu thập thông tin: thuê chuyên gia, hỏi người mua trước hoặc sử dụng thử, mua thông tin.
- Người bán phát tín hiệu chứng minh uy tín của cửa hàng thông qua danh tiếng, thương hiệu, cấp giấy bảo hành...

Thị trường lao động:

- Người xin việc phát tín hiệu: bằng cấp, yêu cầu mức lương cao
- Nhà tuyển dụng: phỏng vấn, thử việc ...

Ví dụ về giải pháp tư nhân

Thị trường bảo hiểm

- Công ty bảo hiểm yêu cầu khám sức khỏe
- Chỉ định phòng khám đối với hợp đồng lớn
- Không chi trả bảo hiểm toàn phần (đồng chi trả)
- Giảm phí bảo hiểm đối với khách hàng có đăng ký các chương trình phòng chống bệnh tật hoặc không hút thuốc

Ví dụ về giải pháp tư nhân

Ngân hàng:

- Người đi vay phát tín hiệu chứng minh hiệu quả tài chính của dự án hoặc chứng minh năng lực tài chính của công ty.
- Thẩm định dự án, thẩm định khả năng tài chính của nhà đầu tư, tài sản thế chấp
- Đánh giá lịch sử tín dụng của công ty

2.4. Thông tin bất đối xứng

- 2.4.3. Giải pháp can thiệp của chính phủ
 - ✓ Cung cấp thông tin bổ sung cho thị trường: cung cấp thông tin như cung cấp một HHCC
 - ✓ Chính phủ đứng ra làm cơ quan cấp chứng nhận, chứng chỉ
 - ✓ Ban hành quy chế về cung cấp thông tin
 - ✓ Bảo vệ người tiêu dùng

**BỘ XÉT
CỤC AN TOÀN THỰC PHẨM**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Hà Nội, ngày 20 tháng 11 năm 2018

GIẤY TIẾP NHẬN ĐĂNG KÝ BẢN CÔNG BỐ SẢN PHẨM

Số: 7431 /2018/DKSP

Cục An toàn thực phẩm xác nhận đã nhận bản công bố sản phẩm của:

Công ty Cổ phần Khoa học công nghệ Cao Việt Đức

Địa chỉ: Số 18, Hoàng Quốc Việt, Phường Nghĩa Đô, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội.

Điện thoại: 024.35510390- Fax: 024.35510391

Cho sản phẩm: Thực phẩm bảo vệ sức khỏe Vitamin Genki+

Do Công ty Cổ phần Cổ phần Bell Corporation, địa chỉ 810-0063, 1-2-14 Tohjinmachi, Chuoh-Ku, Fukuoka, Nhật Bản, sản xuất, phù hợp với:

Tiêu chuẩn của nhà sản xuất ngày 20/8/2018.

Doanh nghiệp phải hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính phù hợp của sản phẩm đã công bố./

Nơi nhận:

- Tổ chức cá nhân;
- Lưu trữ.

**KT/CỤC TRƯỞNG
PHÓ CỤC TRƯỞNG**



Đỗ Hữu Tuấn

Các câu sau là đúng hay sai? Giải thích ngắn gọn

- a. Thông tin bất đối xứng là trường hợp thất bại thị trường trong đó người mua ít thông tin về hàng hóa, thị trường hơn so với người bán.
- b. Thông tin bất đối xứng gây tổn thất phúc lợi xã hội nên Chính phủ cần phải can thiệp.
- c. Thông tin bất đối xứng được coi là một dạng thất bại của thị trường vì thông tin có các tính chất giống như một HHCC.
- d. Rủi ro đạo đức xảy ra khi một chủ thể không nắm được thông tin về hành động của chủ thể còn lại.
- e. Các biện pháp tự khắc phục tình trạng thông tin bất đối xứng của tư nhân không gây ra tổn thất phúc lợi xã hội.

Phân loại các tình huống sau vào nhóm vấn đề lựa chọn bất lợi hoặc rủi ro đạo đức

- a. Chủ xe ô tô biết nhiều hơn công ty bảo hiểm ô tô về sự cẩn trọng khi lái xe sau khi mua bảo hiểm.
- b. Cha mẹ không thể biết được việc trông giữ con cái họ của người giúp việc.
- c. Người bán nhà biết ngôi nhà có vấn đề về đường điện và nước.
- d. Nhân viên chơi game trong giờ làm việc.
- e. Một đứa trẻ biết nhiều hơn cha mẹ chúng về thời gian chúng chơi game trong phòng riêng.
- f. Người bảo vệ được thuê để đi tuần tra 10 lần một đêm nhưng chỉ đi 5 lần.
- g. Trước khi đưa xe cũ ra bán, người chủ xe có xu hướng đi che đi những khuyết điểm bên trong chiếc xe.
- h. Siêu thị đóng gói lại các sản phẩm cũ và bán cho người tiêu dùng với giá của sản phẩm mới.